

**OS PRESENTAMOS LA SEDE DE AEMARK 2025**



Es un placer para el Comité Organizador del XXXVI Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2025 presentaros la sede del congreso. Este evento tendrá lugar en un entorno que combina tradición y modernidad. La facultad, con 44 años de historia, es un referente en la enseñanza e investigación en marketing y empresa. Su edificio, inaugurado en 2001 y ubicado en el Campus de Espinardo, destaca por su diseño arquitectónico contemporáneo, espacios abiertos y abundante luz natural, proporcionando el ambiente ideal para el intercambio de conocimiento y el desarrollo académico.

Para el congreso contamos con microaulas, seminarios, un Salón de Grados y un Salón de Actos. Descubre más sobre la sede del congreso [aquí](#).

¡Os esperamos en Murcia!

Salvador Ruiz de Maya

Presidente del Comité Organizador XXXVI Congreso Internacional de Marketing #AEMARK25



### ÉXITO DE LOS SEMINARIOS AEMARK 2025

Como cada año, AEMARK ha organizado con gran éxito sus seminarios formativos, que en esta edición de 2025 se han celebrado los días 30 y 31 de enero. Estos encuentros han contado con una amplia participación de académicos de diversas universidades españolas, consolidándose como un referente en la formación en marketing.

En esta ocasión, se han desarrollado dos seminarios de gran interés. El primero de ellos, centrado en la docencia, abordó la temática del uso educativo de herramientas de inteligencia artificial generativa en la enseñanza de Máster y Doctorado. El segundo seminario, orientado a la investigación, exploró la interacción entre consumidores, tecnología e inteligencia artificial.

Las jornadas se llevaron a cabo presencialmente en la Universidad Complutense de Madrid (jueves 30) y la Universidad Autónoma de Madrid (viernes 31), ofreciendo un espacio de encuentro e intercambio de conocimientos entre docentes e investigadores. La mañana del jueves 30 de enero comenzó con el seminario de docencia, titulado “El uso de AI en enseñanzas de Máster y Doctorado”, impartido por Isabel Carrero, profesora de Investigación de Mercados y Fuentes de Información Científica en Marketing en ICADE, Universidad Pontificia de Comillas. Durante la sesión, se abordaron temas como la inteligencia artificial generativa como asistente en la búsqueda de información científica, la comparación entre diversas herramientas de IA generativa y la discusión de los límites éticos y autorizados en el uso de la IA generativa para la elaboración de TFM y la publicación de trabajos científicos.

El seminario de investigación se desarrolló en dos sesiones: la tarde del jueves 30 de enero y la mañana del viernes 31 de enero. Bajo el título “Consumers, Technology Interaction and AI”, se exploraron los efectos de la inteligencia artificial en el comportamiento del consumidor y las actividades de consumo, considerando tanto los beneficios como los posibles efectos negativos en la experiencia humana. El contenido del seminario abarcó temas clave como “Consumer and Technology Interaction” y “Consumer experiences and AI: Algorithms and Robots Aversion/Appreciation”. El seminario fue impartido por Ana Valenzuela, catedrática de ESADE-Ramón Llull.

Desde AEMARK queremos expresar nuestro agradecimiento a los ponentes, participantes y organizadores por su compromiso y entusiasmo en esta edición de los seminarios. La excelente acogida de estos encuentros reafirma su valor para la comunidad académica y su impacto en la mejora de la enseñanza e investigación en marketing.

Esperamos que el conocimiento compartido en estas jornadas contribuya al crecimiento profesional de todos los asistentes. ¡Gracias por vuestra participación y nos vemos en la próxima edición!



### **AEMARK ESTÁ PRESENTE EN 23rd INTERNATIONAL MARKETING TRENDS CONFERENCE**

Entre los días 23 y 25 de enero se celebró la vigésimo cuarta edición del congreso internacional Marketing Trends Conference en Venecia, bajo el inspirador eslogan “*What managers want and real-world needs*”. Durante la sesión inaugural del congreso, María Fuentes-Blasco, vocal de Relaciones Internacionales de AEMARK, representó a la asociación, junto con Daniele Dalli (*Società Italiana Marketing SIM*), Arabella Mocchiari (*Società Italiana di Management SIMA*) y Julien Schmitt (*Association Française du Marketing AFM*). Esta conferencia, presidida por Françoise Conchon-Andreani (ESCP Business School), cuenta entre sus co-chairs de congreso con Julio Jiménez, compañero de la Universidad de Zaragoza. Además, varias de nuestras asociadas y asociados son co-chairs de diferentes tracks: Lorena Blasco-Arcas (ESCP Business School) de Big Data, Artificial Intelligence, Marketing Analytics, Estela Fernández Sabiote (Universidad de Murcia) de Branding and Marketing Communication, Eva Lahuerta-Otero (Universidad de

Salamanca) de Digital Marketing, José Ángel Ibáñez-Zapata (Universidad de Granada) de International Marketing, Carmina Fandos Herrera (Universidad de Zaragoza) de Sectorial Marketing-Services. Dos socias presentaron su tesis para optar al Best Thesis Award– Marta Flavián Lázaro (Universidad de Zaragoza) y Sofía Blanco Moreno (Universidad de León) -, y varios socios expusieron sus trabajos en diferentes sesiones paralelas: Estefanía Ballester, Carla Ruiz, Enrique Bigné, Berta Tubillejas, Haydée Calderón-García, Carla Rivera de la Universidad de Valencia; Natalia Rubio, de la Universidad Autónoma de Madrid; A. Campón Cerro, de la Universidad de Extremadura; Luis Casaló, Ana Mínguez y Javier Sesé, de la Universidad de Zaragoza; Edgar J. Sabina del Castillo, Ricardo Díaz Armas y Desiderio Gutiérrez, de la Universidad de La Laguna; y M<sup>a</sup> del Mar Serrano Arcos, de la Universidad de Almería; Lucía Porcu y Francisco Liébana-Cabanillas, de la Universidad de Granada; Ana Suárez, de la Universidad de Oviedo; Mar Gómez y Arturo Molina, de la Universidad de Castilla-La Mancha; Sofía Blanco-Moreno, Aroa Costa-Feito y Carmen Rodríguez-Santos, de la Universidad de León; y Rocío Carrillo-Labela, de la Universidad de Jaén.

El próximo año, el congreso Marketing Trends Conference se celebrará entre el 15 y el 17 de enero en Berlín, en el campus del ESCP. El call for papers se lanzará la próxima primavera, así como la aceptación de candidatos a la mejor tesis.

## BREAKING NEWS



### CALL FOR PAPERS



**im** ASOCIACIÓN IBEROAMERICANA DE MARKETING

**UNED** UNIVERSIDAD ESTATAL A DISTANCIA

**V** Congreso  
**2025** Internacional  
Marketing  
Asociación Iberoamericana de Marketing

**16 y 17 de junio de 2025**  
Horario 8:00 a.m. a 12:00 p.m.

Modalidad híbrida  
Sala Magna, edificio Paraninfo  
UNED Sede Central  
San José, Costa Rica

### V CONGRESO DE LA ASOCIACIÓN IBEROAMERICANA DE MARKETING

La Asociación Iberoamericana de Marketing les da la cordial bienvenida a su V Congreso Internacional AIM 2025 (Híbrido), los días **16 y 17 de Junio de 2025**, en modalidad híbrida desde de San José, Costa Rica.

#### Tracks

- Comportamiento del Consumidor
- Marketing Estratégico y RSC
- Innovación y decisiones de producto, precio y marca
- TOC, e-marketing, mobile marketing, e-commerce
- Comunicación y ventas
- Distribución Comercial, Gestión Minorista
- Marketing de Servicios
- Casos de enseñanza de marketing
- Tendencias de Marketing

### **Fechas importantes**

Deadline envío de Structured abstracts: Hasta 17 marzo

Llamado a revisores: Hasta 17 marzo

Notificación de aceptación o rechazo: 29 abril

Periodo de inscripciones ponentes: 29 abril - 31 mayo

Inscripciones asistentes sin ponencia: 29 abril - 13 junio

Más información: <https://www.aibmarketing.org/congreso>



### **INTERNATIONAL CONFERENCE ON MARKETING AND TECHNOLOGIES, 2025**

ICMarkTech'25 will be hosted at the Facultad de Economía, Department of Marketing and Market Research, University of Valencia, from November 27th to 29th, 2025. This conference serves as a global platform for scholars and professionals to exchange insights, advancements, and concerns within the realm of Marketing and its allied Technologies.

Papers submitted should relate to one or more of the main themes proposed for the Conference:

1. Artificial Intelligence Applied in Marketing

2. Virtual and Augmented Reality in Marketing
3. Business Intelligence Databases and Marketing
4. Data Mining and Big Data - Marketing Data Science
5. Web Marketing, e-commerce and v-commerce
6. Social Media and Networking
7. Omnichannel and Marketing Communication
8. Marketing, Geomarketing and IoT
9. Marketing Automation and Marketing Inbound
10. Machine Learning Applied to Marketing
11. Customer Data Management and CRM
12. Neuromarketing Technologies
13. Mobile Marketing and Wearable Technologies
14. Gamification Technologies to Marketing
15. Blockchain Applied to Marketing
16. Technologies Applied to Tourism Marketing
17. Metaverse and NFT applied to Marketing

**Important Dates**

Paper Submission Deadline: September 5th, 2025

Notification of Paper Acceptance: September 23, 2025

Payment of Registration: October 10, 2025

Conference Dates: November 27-29, 2025



### XXIV IAPNM CONGRESS

The International Association on Public and Nonprofit Marketing (IAPNM) / Asociación Internacional de Marketing Público y No Lucrativo (AIMPN) is a nonprofit professional society established in 2002 looking for a stable networking platform for academics and practitioners from marketing or other related disciplines who are concerned with or interested in these knowledge fields as well as in any other issue dealing with responsibility in businesses, administrations, and nonprofits. It aims to contribute to the establishment of adequate bases for an integrated, responsible, and sustainable socio-economic development model worldwide.

This year, the IAPNM Congress will be held in Poland, in the city of Katowice, at the Akademia Górnośląska (Katowice Business University), which is the oldest private higher education institution in Upper Silesia, with over 30 years of experience in the educational market.

The main theme of the conference will be 'Marketing for the Ecological and Technological Transition in Post-Industrial Areas.'

#### **Important Dates and Deadlines:**

Submission open: 27 January

Submission of extended abstract : 30 April

Notification of acceptance of extended abstract: 7 May

Full paper submission: 30 May

Deadline for early registration payment: 20 May

Deadline for regular registration payment: 10 June

Conference: 2–5 July

More information: <https://iapnm25.kbu.edu.pl/>

## CURSOS Y SEMINARIOS



### SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE CC. ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES UCM

#### **Título: Stakeholder Theory: History, Analysis, and Future Directions**

- Ponente: Prof. Edward Freeman, Universidad de Virginia

<https://scholar.google.es/citations?user=ZcvlxwsAAAAJ&hl=en&oi=ao>

- Fecha: 3 de Marzo de 2025
- Hora: 15:00-16:00 ECT
- Formato: Online, en inglés
- Audiencia: Estudiantes, profesores, gerentes de empresa

#### **Por qué es importante?**

Edward Freeman es un académico pionero en ética empresarial y gestión estratégica, reconocido por desarrollar la Teoría de los Stakeholders, que redefinió cómo las empresas crean valor más allá de los accionistas.

Su trabajo ha influido profundamente en la gobernanza corporativa, la sostenibilidad y la gestión responsable, dando forma tanto al pensamiento académico como a las prácticas empresariales.

Únete al profesor Edward Freeman, el pionero de la Teoría de los Stakeholders, en una conversación enriquecedora sobre el futuro de los negocios, el consumo y la sociedad.

La charla será interactiva, por lo que consistirá en una entrevista/diálogo abierto entre los asistentes y el profesor Freeman.

Si tienes interés en realizar alguna pregunta por anticipado puedes escribir a [cabrilba@ucm.es](mailto:cabrilba@ucm.es)

**Regístrate aquí:**

Link a registro:

[https://docs.google.com/forms/u/0/d/e/1FAIpQLSfusAt1AUS140SHEX\\_klt8Nne1guSgpwAZ1sTOrupoLFzgBCA/viewform?usp=send\\_form&pli=1](https://docs.google.com/forms/u/0/d/e/1FAIpQLSfusAt1AUS140SHEX_klt8Nne1guSgpwAZ1sTOrupoLFzgBCA/viewform?usp=send_form&pli=1)

Link a la sesión:

<https://teams.microsoft.com/dl/launcher/launcher.html?url=%2F%23%2F%2Fmeetup-join%2F19%3AQdYuw2UJ0wqv2VOWjctFNx0ujFzyPzav4RHHnHG9uLM1%40thread.tacv2%2F1740437337454%3Fcontext%3D%257b%2522Tid%2522%253a%2522b079dc7-e2ea-45bc-9182-0fde14b549b1%2522%252c%2522Oid%2522%253a%25224487adba-c30e-441f-9a78-f4e18246ce03%2522%257d%26anon%3Dtrue&type=meetup-join&deeplinkId=ef3e0529-888a-4e7a-8c1d-38a27e4beaa6&directDI=true&msLaunch=true&enableMobilePage=true&suppressPrompt=true>

### Cursos I+A Analytics



Los socios de AEMARK, aunque no estén afiliados a I+A, pueden beneficiarse de la cuota reducida como si fueran socios. Por lo tanto, aquellos interesados en estos cursos deberán abonar la inscripción con la tarifa correspondiente a socios de I+A.

A continuación, se presenta el calendario de cursos y webinars programados para este trimestre:

- Webinar gratuito: "*Cómo hacerlo con soluciones open source: Herramientas comerciales (Heyagent).*" 18 de marzo de 2025 | 17:00 - 18:00 | Online
- 6ª edición del curso práctico: "*Introducción a la IA para investigadores de mercados*" 2 y 3 de abril de 2025 | 17:00 - 19:30 | Online (misma modalidad que la 5ª edición)
- 1ª edición del curso: "*Domina el Reporting con IA Generativa: Datos, Insights y Visualizaciones*" 24 de abril de 2025 en Barcelona | 30 de abril de 2025 en Madrid. Presencial en ISDi (Barcelona y Madrid)

Más información en breve en: <https://ia-espana.org/formacion/>



## **PABLO GUTIÉRREZ RODRÍGUEZ, NUEVO CATEDRÁTICO DE UNIVERSIDAD DEL ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EN LA UNIVERSIDAD DE LEÓN**

El pasado 7 de febrero tuvo lugar el concurso de acceso al cuerpo docente de Catedráticos de Universidad, en el Área de Comercialización e Investigación de Mercados, de D. Pablo Gutiérrez Rodríguez. El acto contó con la comisión evaluadora formada por los profesores/as: D<sup>a</sup>. Josefa Delia Martín Santana (Catedrática de la Universidad de Las Palmas), D<sup>a</sup>. María Teresa Tascón Fernández (Catedrática de la Universidad de León), D. José Ángel Miguel Dávila (Catedrático de la Universidad de León), D. Jorge Pelegrín Borondo (Catedrático de la Universidad de La Rioja) y D. Mario Arias Oliva (Catedrático de la Universidad Complutense).



**CARMEN ABRIL BARRIE, NUEVA CATEDRÁTICA DE UNIVERSIDAD DEL ÁREA DE  
COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EN LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE  
DE MADRID**

El pasado 13 de febrero tuvo lugar el concurso de acceso al cuerpo docente de Catedráticos de Universidad, en el Área de Comercialización e Investigación de Mercados, de Dña. Carmen Abril Barrie. El acto contó con la comisión evaluadora formada por los profesores/as: D. Enrique Bigné Alcañiz (Catedrático de la Universitat de València), D<sup>a</sup>. Ana Díaz Martín (Catedrática de la Universidad Autónoma de Madrid) y D<sup>a</sup>. Natalia Rubio Benito (Catedrática de la Universidad Autónoma de Madrid).



### **MARÍA DOLORES DE JUAN VIGARAY, NUEVA CATEDRÁTICA DE UNIVERSIDAD DEL DEPARTAMENTO DE MARKETING DE LA UNIVERSIDAD DE ALICANTE**

El pasado 14 de febrero tuvo lugar el concurso de acceso al cuerpo docente de Catedráticos de Universidad, en el Área de Comercialización e Investigación de Mercados, de D<sup>a</sup>. María Dolores de Juan Vigaray. El acto contó con la comisión evaluadora formada por los profesores/as: D. Francisco Mas Ruiz (Catedrático de la Universidad de Alicante) en calidad de presidente, D<sup>a</sup>. Eva María Martínez Salinas (Catedrática de la Universidad de Zaragoza), D<sup>a</sup> Marta Frasquet del Toro (Catedrática de la Universidad de Valencia), D<sup>a</sup> Raquel Sánchez Fernández (Catedrática de la Universidad de Almería) y D. Ricardo Sellers Rubio (Catedrático de la Universidad de Alicante), en calidad de secretario.



## **MARÍA ALESANCO LLORENTE, NUEVA DOCTORA DE LA UNIVERSIDAD DE LA RIOJA**

El pasado día 13 de enero de 2025 tuvo lugar el acto de lectura y defensa de la Tesis Doctoral: "*El papel de la tecnología en el punto de venta y en el comportamiento del consumidor: nuevos patrones en el entorno omnicanal*", de la que es autora Dña. María Alesanco Llorente de la Universidad de La Rioja, y que ha sido co-dirigida por la Dra. Cristina Olarte Pascual, el Dr. Jorge Pelegrín Borondo de la misma universidad, y la Dra. Eva Reinares Lara de la Universidad Rey Juan Carlos. El Tribunal evaluador estuvo compuesto por el Dr. Jesús García de Madariaga Miranda (Universidad Complutense de Madrid) como presidente, el Dr. Mario Arias Oliva (Universidad Complutense de Madrid) como vocal, y la Dra. Alba García Milon (Universidad de La Rioja) como secretaria.



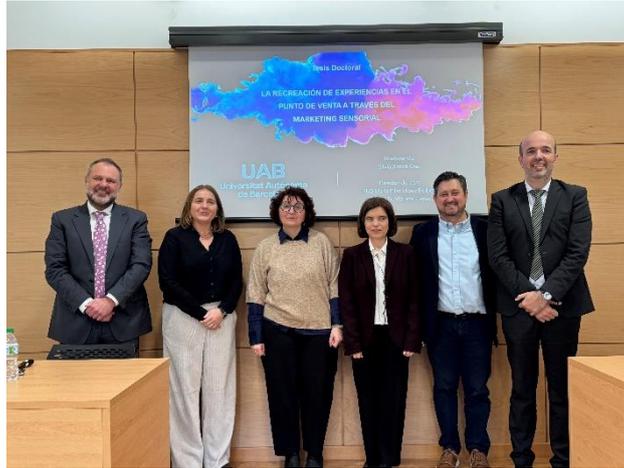
### **DAVID BAYONA CUALLADO, NUEVO DOCTOR DE LA UNIVERSITAT DE VALENCIA**

El pasado 20 de enero tuvo lugar el acto de defensa de la Tesis Doctoral titulada "*Exploring music consumption from a strategic management perspective considering sexual diversity*" de la que es autor D. David Bayona Cuallado, y que ha sido co-dirigida por los doctores D. Manuel Cuadrado-García y D. Alejandro Escribá Esteve, profesores de la Universitat de València. El Tribunal evaluador estuvo formado por la Dra. Sonia Cruz Ros (Universitat de València) como presidenta; la Dra. María Fuentes Blasco (Universidad Pablo Olavide) como secretaria y el Dr. Miguel Ángel Gómez Borja (Universidad de Castilla la Mancha) como vocal.



### **VIVIAN MEDINA HERNÁNDEZ, NUEVA DOCTORA DE LA UNIVERSIDAD DE LLEIDA**

El pasado día 27 de enero tuvo lugar el acto de lectura y defensa de la Tesis Doctoral: *“Is there life beyond Airbnb? Dynamics of Peer-to-Peer accommodation platforms in Spain”*, de la que es autora D<sup>a</sup>. Vivian Medina Hernández de la Universidad de Lleida, y que ha sido co-dirigida por la Dra. Berta Ferrer Rosell y la Dra. Estela Mariné Roig, profesoras de la Universitat de Lleida. El Tribunal evaluador estuvo formado por la Dra. Ana Belén Casado Díaz (Universidad de Alicante) como presidenta; la Dra. Eva Martín Fuentes (Universitat de Lleida) como secretaria; y como vocal la Dra. Asunción Huertas Roig (Universitat Rovira i Virgili).



### SILVIA XANCO GRAU, NUEVA DOCTORA DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BARCELONA

El pasado día 13 de febrero tuvo lugar el acto de lectura y defensa de la Tesis Doctoral: *“La recreación de experiencias en el punto de venta a través del marketing sensorial”*, de la que es autora D<sup>a</sup>. Silvia Xanco Grau de la Universidad Autónoma de Barcelona, y que ha sido co-dirigida por la Dra. Pilar López Belbeze, profesora de la misma universidad y por el Dr. Emilio Vizuet Luciano, profesor de la Universidad de Barcelona. El Tribunal evaluador estuvo formado por la Dra. Nela Filimon (Universidad de Girona); por el Dr. Mario Arias Oliva (Universitat Complutense de Madrid); y por el Dr. Luis Alberto Seguí (Universidad Internacional de La Rioja).

## 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**.