



ÉXITO DE LOS SEMINARIOS AEMARK 2026

Como cada año, AEMARK ha organizado con gran éxito sus seminarios formativos, que en esta edición de 2026 se han celebrado los días 15 y 16 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 de la enseñanza del Marketing Digital en la enseñanza de Grado. El segundo seminario, orientado a la investigación, profundizó en las habilidades y conocimientos teóricos necesarios para formular preguntas de investigación de alto impacto académico.

Las jornadas se llevaron a cabo presencialmente en la Universidad Complutense de Madrid, ofreciendo un espacio de encuentro e intercambio de conocimientos entre docentes e investigadores. La mañana del jueves 15 de enero comenzó con el seminario de docencia, titulado "INNOVACIÓN EN LA ENSEÑANZA DEL MARKETING DIGITAL: DEL ENFOQUE TEÓRICO-PRÁCTICO A LA APLICACIÓN REAL EN EL AULA", impartido por los profesores Elias Vega e Itziar Oltra, ambos docentes de la Universidad de Valladolid y con gran experiencia profesional en el ámbito del Marketing Digital. Durante la sesión, se abordaron problemáticas relacionadas con la estructuración de una docencia que integre fundamentos teóricos, proyectos reales y el manejo guiado de herramientas digitales actuales que fomenten la participación del alumnado y su empleabilidad.

El seminario de investigación se desarrolló en dos sesiones: la tarde del jueves 15 de enero y la mañana del viernes 16 de enero. Bajo el título "COMO FORMULAR

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN RELEVANTES". En el seminario se exploraron los diferentes paradigmas científicos y sus efectos en la epistemología y conceptualización de la investigación. Gracias a una comprensión multidisciplinar de la teoría y la causalidad, los participantes discutieron y realizaron ejercicios cuestionando diversos marcos teóricos existentes e identificando vacíos que requieren atención académica. El seminario fue impartido por la profesora Carmen Valor, editora asociada del Journal of Business Ethics y profesora de ICADE, Universidad Pontificia de Comillas.

Además de los dos interesantes seminarios los asistentes disfrutaron de una comida de trabajo ofrecida por AEMARK donde pudieron continuar el diálogo con los ponentes e intercambiar experiencias.

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!



¡Málaga te espera para AEMARK 2026!

***Early Bird* – Reserva anticipada de alojamiento**

RESERVA ANTICIPADA DE ALOJAMIENTOS PARA AEMARK 2026 MÁLAGA

Prepárate para vivir el congreso en una de las ciudades más dinámicas del Mediterráneo. Para que tu experiencia sea perfecta, hemos negociado tarifas exclusivas para reservas anticipadas en hoteles seleccionados.

¿Por qué reservar ahora?

- **Ahorro garantizado:** precios más bajos por tiempo limitado.
- **Ubicaciones estratégicas:** cerca de paradas de transporte público y/o del centro histórico.
- **Disponibilidad asegurada:** evita la alta demanda en las fechas del congreso.
- **Oferta limitada:** la disponibilidad de habitaciones a los precios ofertados es limitada, por lo que no se puede garantizar por un periodo de tiempo.

Haz tu reserva hoy y disfruta de la ventaja Early Bird.



AEMARK PARTICIPA EN LA 25th INTERNATIONAL MARKETING TRENDS CONFERENCE

Durante los días 16 y 17 de enero se celebró la vigésimo quinta edición de la International Marketing Trends Conference en Berlín, bajo el lema “Marketing and chaos: Restoring clarity, trust, and meaning in turbulent times”. Como en anteriores ediciones, AEMARK estuvo representada en la sesión inaugural por María Fuentes-Blasco, vocal de Relaciones Internacionales, junto con Daniele Dalli (presidente de la Società Italiana Marketing SIM), Arabella Mocchiari Li Destri (presidenta de la Società Italiana di Management SIMA) y Julien Schmitt (presidente de la Association Française du Marketing AFM).

Este año es muy especial, pues la conferencia celebra 25 años, desde que los profesores Jean-Claude Andreani (ESCP Business School) y Umberto Collesei (Università Ca’ Foscari Venezia) convirtieron la idea en realidad con la primera edición de International Marketing Trends Conference celebrada en Venecia.

La conferencia, presidida por la profesora 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 nuestros socios y socias han actuado como chairs y/o co-chairs en diversas sesiones: Lorena Blasco-Arcas (ESCP Business School) en el Doctoral Colloquium y en Big Data, Artificial Intelligence, Marketing Analytics; Estefanía Ballester (Universitat de València) en las sesiones de defensa del IMTC Best Thesis Award; Eva Lahuerta-Otero (Universidad de Salamanca) en Digital Marketing, Carmina Fandos-Herrera (Universidad de Zaragoza) en Sectorial Marketing (Services) y en Tourism and Hospitality; Estela Fernández Sabiote (Universidad de Murcia) en Branding and Communication.

Álvaro Saavedra-Montejo, recibió el Best PhD Thesis Award por su Tesis Doctoral titulada “The Interaction with Virtual Assistants as Application of Artificial Intelligence: from the Utilitarian to the Emotional Dimension”, dirigida por Raquel Chocarro Eguaras y Mónica Cortiñas Ugalde (Universidad Pública de Navarra) y Natalia Rubio Benito (Universidad Autónoma de Madrid).

La calidad de la propuesta “Tourists’ archetypes and sustainability at the destination: A digital behavioral segmentation approach” presentada por Sofía Blanco-Moreno, Ana

González Fernández, Roman Egger y Luis V. Casaló se ha visto reconocida con el premio Best Paper Award International Marketing Trends Conference 2026.

La presencia de nuestros socios y nuestras socias en la conferencia sigue siendo muy elevado, contribuyendo con sus propuestas en diferentes sesiones paralelas.

El próximo año, la conferencia IMTC2027 se celebrará en Venecia.

BREAKING NEWS



CALL FOR PAPERS de congresos



CONGRESO INTERNACIONAL DE LA ASOCIACIÓN IBEROAMERICANA DE MARKETING (AIM)

La Asociación Iberoamericana de Marketing (AIM) mantiene **abierto el llamado a envío de ponencias** para su congreso internacional en **modalidad híbrida** (participación presencial y virtual). AIM es una Asociación conformada por docentes e investigadores de doce países de Iberoamérica, que busca estimular, promover, divulgar y aplicar la enseñanza y la investigación de la disciplina del Marketing entre alumnos, egresados, académicos y profesionales de las instituciones miembros, a través de acciones cooperativas multilaterales, fomentando la competitividad e innovación de las empresas en Iberoamérica.

Fechas clave:

- **Deadline de envío de “structured abstracts”:** hasta el 23 de marzo.
- **Notificación de aceptación o rechazo:** 4 de mayo.
- **Inscripción de ponentes:** 4 de mayo – 31 de mayo.
- **Inscripción de asistentes sin ponencia:** 4 de mayo – 13 de junio.

Tracks/áreas temáticas (según normas de envío):

1. Comportamiento del consumidor y consumo
2. Marketing estratégico y RSC
3. Innovación y decisiones de producto y marca

4. Comunicación y ventas
5. TIC, e-marketing y mobile marketing
6. Distribución comercial y gestión minorista
7. Marketing de servicios
8. Casos de enseñanza de marketing
9. Tendencias de marketing

Premios

Se entregará certificado de reconocimiento por parte de la Asociación Iberoamericana de Marketing AIM a la mejor ponencia del congreso. Para esto, se tendrán en cuenta las calificaciones de los pares evaluadores, así como la calificación dada por cada trackchair. El resultado final se obtendrá asignando un peso del 70% a la calificación concedida por los pares evaluadores y 30% a la calificación de los trackchair.

Más información en: <https://www.aibmarketing.org/congreso-2025>



CURSO ONLINE:
**CURSO PRÁCTICO DE USO DE APIS Y
SCRAPING WEB**

Impartido por:
ALBERTO MARCOS GARCÍA



4ª EDICIÓN

NIVEL: PRINCIPIANTE
ONLINE | 09 Y 11 · FEBRERO · 2026
De 17:00 h a 19:30 h

I+A FORMACIÓN: CURSO APIS Y SCRAPING WEB ¡INSCRIPCIONES ABIERTAS!

En febrero lanzamos el Curso Práctico de Uso de APIs y Scraping Web, una formación online diseñada para aprender a extraer, interpretar y trabajar con datos de forma eficiente, combinando el uso de APIs públicas y técnicas de scraping web. El curso se impartirá los días 9 y 11 de febrero, en horario de 17:00 a 19:30 h.

La formación estará a cargo de [Alberto Marcos](#) (*Team manager data engineering* en GFK), y se desarrollará con un enfoque totalmente práctico, pensado para profesionales que quieren incorporar estas herramientas a su día a día y ganar autonomía en el acceso y tratamiento de datos.

Un curso diseñado para ganar autonomía en el acceso a datos y ampliar las capacidades técnicas en un entorno cada vez más automatizado.

Accede a toda la información, programa completo e inscripciones [aquí](#).



NUEVA CONVOCATORIA DE LOS PREMIOS ASTER DE ESIC UNIVERSITY: ABIERTA LA PRESENTACIÓN DE CANDIDATURAS

ESIC University ha abierto la **convocatoria de la 43.^a edición de los Premios Aster**, unos galardones que, desde 1982, reconocen la excelencia y las buenas prácticas profesionales, impulsando el vínculo entre el ámbito académico y el tejido empresarial e institucional.

En esta nueva edición, ESIC ha actualizado las bases de participación y el formulario de inscripción, con el objetivo de facilitar y enriquecer el proceso de evaluación, y ha renovado el diseño de la web para ofrecer una experiencia más intuitiva.

Categorías

Las candidaturas pueden presentarse, entre otras, en las siguientes categorías: Trayectoria Empresarial, Trayectoria Profesional, Mejor Proyecto Emprendedor, Comunicación, Investigación, Marketing y Valores, Marketing e Innovación Digital.

Fechas clave (edición 2026)

- Plazo de inscripción de candidaturas: del 29 de octubre de 2025 al 13 de febrero de 2026.
- Almuerzo de votación de los jurados Aster: semana del 16 de marzo de 2026.
- Gala de entrega de premios: 23 de abril de 2026 (Madrid).

Más información, bases y formulario de inscripción: <https://www.esic.edu/aster>



ALMA MATER STUDIORUM UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

UNIVERSITY OF BOLOGNA OPENS CALL FOR TENURED ASSISTANT PROFESSOR POSITION IN MANAGEMENT (STRATEGY OR MARKETING)

The University of Bologna – Alma Mater Studiorum has just opened a call for applications for an Assistant Professor position in Management, welcoming candidates with expertise in either Strategy or Marketing (Tenured Assistant Professor with a fixed-term, full-time employment contract).

The job is activated for the needs of research and study of the Department of Management – DiSA of the Alma Mater Studiorum – University of Bologna. The primary place of service is the Department of Management – DiSA in Bologna.

The research activities to be carried out by the researcher can be related to the disciplines of either Strategy or Marketing, and are covered by the Disciplinary Scientific Group 13/ECON-07 and the Disciplinary Scientific Sector ECON-07/A – Management (Economia e gestione delle imprese).

The research activity must aim to attain a top-notch academic profile, including the publication of papers in first-rate international journals, such as those classified as classes 3, 4, and 4* in the Association of Business Schools (ABS) Journal Quality Guide. The researcher must continuously participate in and contribute to the organizational activities of the department.

Call deadline: February 20, 2026, at 12:00 (noon, Italian Time).

More information on the call for applications can be found at this link:

<https://bandi.unibo.it/s/apos5/rif-179-bando-per-1-posto-da-ricercatore-a-tempo-determinato-tipo-rtt-dipartimento-disa-gsd-13-econ-07-ssd-econ-07-a-bo>



EMK News nº 52

Estimados compañeros/as,

Os comunicamos que ya está disponible el [número 52 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 [mailto:consejogeneral@economistas.org.](mailto:consejogeneral@economistas.org)

El próximo número (53) estará dedicado a "Marketing Digital", por si conocen a algún experto/a y que esté interesado/a en escribir.

Esperamos que esta información sea de vuestro interés.



Álvaro Saavedra Montejo recibe el Best PhD Thesis Award at the International Marketing Trends Conference 2026

Álvaro Saavedra Montejo, profesor Ayudante Doctor de la Universidad Pública de Navarra y socio de AEMARK, ha recibido el premio a la Mejor Tesis Doctoral en el International Marketing Trends Conference 2026, celebrado en Berlín los días 16 y 17 de enero de 2026, en el marco de la 25ª edición de este congreso internacional. La Tesis Doctoral ha sido dirigida por Raquel Chocarro y Mónica Cortiñas, de la Universidad Pública de Navarra, y por Natalia Rubio Benito, de la Universidad Autónoma de Madrid.

La tesis galardonada, titulada “The Interaction with Virtual Assistants as Application of Artificial Intelligence: from the Utilitarian to the Emotional Dimension”, analiza la interacción de los usuarios con asistentes virtuales desde una perspectiva que integra dimensiones utilitarias y emocionales. Se estudia la interacción por voz, texto y expresiones faciales, y se combinan múltiples metodologías como la modelización de ecuaciones estructurales, experimentos online, técnicas de neurociencia del consumidor y métodos cualitativos.

Cabe destacar que esta tesis ya fue reconocida previamente con un accésit al premio a la Mejor Tesis Doctoral en Marketing en el último congreso de AEMARK, celebrado en Murcia.



JESÚS COLLADO AGUDO, NUEVO CATEDRÁTICO DE LA UNIVERSIDAD DE CANTABRIA

El pasado 16 de enero de 2026 tuvo lugar el concurso de acceso al cuerpo de Catedráticos y Catedráticas de Universidad en el área de Comercialización e Investigación de Mercados, en el que obtuvo la plaza el profesor D. Jesús Collado Agudo.

El tribunal evaluador estuvo formado por la Prof. Ana Serrano (Catedrática de Universidad, Universidad de Cantabria), el Prof. Juan Trespalacios (Catedrático de Universidad, Universidad de Oviedo) y la Prof. Carmen Camarero (Catedrática de Universidad, Universidad de Valladolid).



EVA MARÍA GONZÁLEZ ROBLES, NUEVA PROFESORA TITULAR DE LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

El pasado 23 de enero de 2026 tuvo lugar el concurso para la provisión de una plaza de Profesora Titular de Universidad en el área de Comercialización e Investigación de del Departamento de Organización de Empresas y Marketing de la Universidad de Málaga, en el que obtuvo la plaza la profesora D.^a Eva María González Robles.

La Comisión de Selección estuvo formada por el Prof. Sebastián Molinillo Jiménez (Catedrático de Universidad, Universidad de Málaga), en calidad de Presidente; la Prof.^a María del Carmen Jambrino Maldonado (Catedrática de Universidad, Universidad de Málaga), como Secretaria; y, como Vocales, el Prof. Manuel Parras Rosa (Catedrático de Universidad, Universidad de Jaén), la Prof.^a Begoña Peral Peral (Profesora Titular de Universidad, Universidad de Sevilla) y el Prof. Francisco Javier Rondán Cataluña (Catedrático de Universidad, Universidad de Sevilla).



PAULA ANDREA GARCÍA ORTIZ, NUEVA DOCTORA POR LA UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

El pasado 9 de enero tuvo lugar el acto de defensa de la Tesis Doctoral titulada “*¿Por qué decidimos reciclar? La influencia de la comunicación y la confianza en la gestión sostenible de residuos*”, de la que es autora la Dra. Paula Andrea García Ortiz y que ha sido dirigida por la Dra. Haydée Calderón García y la Dra. Teresa Fayos Gardó, profesoras de la Universitat de València.

El Tribunal evaluador estuvo formado por el Prof. Manuel Cuadrado-García (Catedrático de Universidad, Universitat de València), la Prof. María Fuentes-Blasco (Catedrática de Universidad, Universidad Pablo de Olavide, de Sevilla) y el Prof. Yacine Ouazzani (Professor Lector, Universitat Autònoma de Barcelona).

REDES SOCIALES

REDES SOCIALES

Recordatorio envío noticias

Os recordamos que podéis enviar vuestras noticias sobre seminarios, call for papers, libros publicados, nombramientos, etc., hasta el día 24 de cada mes para su publicación en este boletín. La dirección de envío es boletin@aemark.org

PROTECCIÓN DE DATOS:

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

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

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

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

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

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