

NUESTRA ASOCIACIÓN



Asociación Española
de Marketing
Académico y Profesional



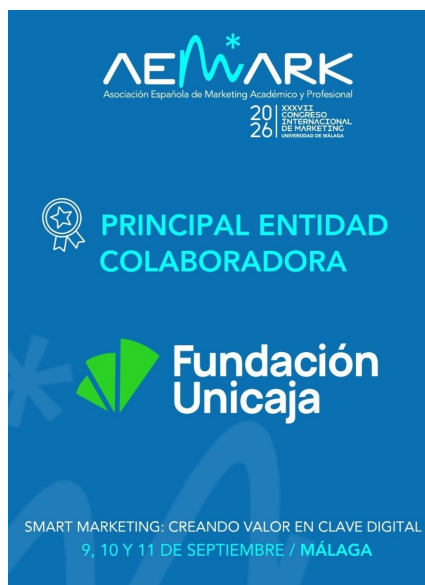
AEMARK 2026 CONFIRMA SU GRAN CAPACIDAD DE CONVOCATORIA

El XXXVII Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2026 ha cerrado el plazo de recepción de trabajos con cifras especialmente destacadas: más de 300 comunicaciones presentadas al Congreso y 38 proyectos recibidos para el Doctoral Colloquium.

Estos datos consolidan los excelentes resultados obtenidos en ediciones anteriores y confirman el creciente interés de la comunidad académica por participar en el principal encuentro científico del marketing en España. En el caso del Doctoral Colloquium, los 38 proyectos recibidos suponen un récord histórico y representan un incremento cercano al 50% respecto al año anterior.

Desde la organización, queremos expresar nuestra enorme satisfacción con esta respuesta y agradecer la confianza de los investigadores y doctorandos. Estas cifras refuerzan la proyección de AEMARK como espacio de referencia para compartir conocimiento, impulsar la investigación y fortalecer los vínculos de la comunidad académica y profesional del marketing.

¡Os esperamos en Málaga!



FUNDACIÓN UNICAJA SERÁ COLABORADOR PRINCIPAL DE AEMARK 2026

La Fundación Unicaja será colaborador principal del XXXVII Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2026, que se celebrará del 9 al 11 de septiembre en la Facultad de Marketing y Gestión de la Universidad de Málaga.

Su apoyo refuerza el compromiso compartido con el conocimiento, la innovación y la transferencia, así como con el desarrollo del marketing académico y profesional. Esta colaboración resulta especialmente significativa por la trayectoria y el arraigo de Fundación Unicaja, una entidad estrechamente vinculada a Málaga y Andalucía, cuya actuación se orienta al impulso de iniciativas sociales, educativas, culturales y asistenciales.

La labor de la Fundación en favor de la educación, la cultura, el emprendimiento, la acción social, el deporte y el medio ambiente refleja una clara vocación de servicio a la sociedad y de contribución al desarrollo del territorio. Desde estos ámbitos, Fundación Unicaja viene desempeñando un papel destacado en la generación de valor social y en el apoyo a proyectos que promueven el progreso, la formación, la participación y la innovación.

Desde AEMARK queremos agradecer a la Fundación Unicaja su colaboración e implicación en esta edición del Congreso, que reunirá en Málaga a investigadores, profesionales, universidades e instituciones de la comunidad internacional del marketing.

Con este apoyo, AEMARK 2026 avanza en su objetivo de consolidarse como un congreso de referencia para compartir conocimiento, impulsar la investigación y fortalecer los vínculos entre los ámbitos académico, profesional e institucional.



PREMIO DE DIVULGACIÓN CIENTÍFICA EN REDES SOCIALES “MARKETING EN 90 SEGUNDOS”

AEMARK convoca la tercera edición del premio de divulgación científica en redes sociales: “Marketing en 90 segundos”. Este premio pretende animar a los/las socios/as de AEMARK a realizar videos de divulgación científica explicando conceptos de marketing de manera amena y sencilla, para que puedan ser entendidos por personas que no son expertas en marketing. Estos videos serán compartidos en los perfiles de Instagram y Youtube de AEMARK.

Aquellos/as socios/as que quieran participar tendrán que enviar un video, cuya duración máxima sea de 90 segundos, en el que se graben explicando un concepto de marketing o responda a una pregunta de marketing de manera que pueda entender cualquier persona. Aunque estos conceptos deben ser explicados de manera sencilla, se debe ser riguroso/a a la hora de explicarlo. Asimismo, se deberán enviar las referencias en las que se basa la explicación realizada en el video. Las referencias no tienen que aparecer en el video, se añadirán en el texto de la publicación. Como novedad, este año el video puede estar creado por varias personas. En este caso, todas ellas deberán aparecer en el video, y si su video resulta ganador, el premio se repartirá entre ellos/as. En el video se pueden utilizar imágenes para complementar la explicación, siempre que no tengan derechos de autor. Los/as aspirantes tienen que ser socios de AEMARK en el momento en el que se envía el video.

El premio se entregará en el XXXVI Congreso Internacional de Marketing (AEMARK) que se celebrará en Murcia, y consistirá en un diploma acreditativo y una remuneración de 500€. Si el jurado lo considera conveniente, se podrán entregar uno o dos accésits. El procedimiento para otorgar el Premio se basará en el rigor científico al explicar el concepto o responder a la pregunta de marketing, la capacidad de divulgación a un público no especializado, la creatividad del video, la calidad del video en cuanto a

imagen, sonido y elementos audiovisuales y la difusión que consiga el video en redes. El veredicto corresponderá a un Jurado designado al efecto, integrado por tres investigadores de AEMARK.

Para ser candidato al premio se deberá enviar la siguiente documentación a divulga@aemark.org:

1. Video grabado en vertical con formato MP4 o MOV de duración igual o inferior a 90 segundos. En el video aparecerá/n el/la/los aspirante/s al premio explicando un concepto de marketing o respondiendo a una pregunta de marketing. El video no debe incluir portada.
2. Nombre y Apellidos del/de los aspirante/s, universidad, y pregunta o concepto de marketing que se explica en el video.
3. Referencias utilizadas para explicar el concepto o pregunta de marketing.

Fecha límite para enviar los videos: 30 de junio de 2026. Los videos se subirán a la cuenta de Instagram de AEMARK una vez cerrado el plazo.

Se pueden consultar las bases del premio **aquí**:

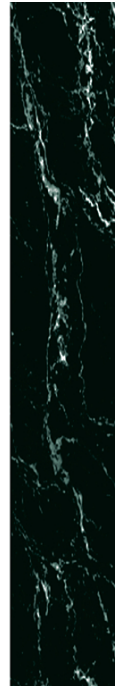
CALL FOR PAPERS de revistas



ISSN 0148-2963
VOLUME 213, AUGUST 2026



**JOURNAL OF
BUSINESS
RESEARCH**



CALL FOR PAPERS FOR THE SPECIAL ISSUE “VICE GOODS AND SERVICES IN THE CONTEMPORARY MARKETPLACE” IN JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH

Journal of Business Research has opened a call for papers for the special issue “Vice Goods and Services in the Contemporary Marketplace”. The issue focuses on products and services that provide immediate gratification but may also be associated with long-term individual or societal harms, including areas such as gambling, fast food, alcohol, tobacco, cannabis, mobile sports betting, adult content subscriptions and other digital forms of indulgent consumption.

The call invites research that examines how consumers engage with these goods and services, considering issues such as identity expression, leisure, coping mechanisms, cultural practices, wellbeing, vulnerability, stigma and market dynamics. The special issue seeks to move beyond a purely harm-based perspective, encouraging contributions that address the tensions between consumer choice, ethics, regulation, entrepreneurial innovation, public health and public policy.

This call may be of interest to researchers working in consumer behaviour, social marketing, public policy, marketing ethics, market regulation, consumer vulnerability and

responsible consumption. Contributions may also explore how contemporary marketplaces and digital environments are reshaping access to, promotion of and engagement with vice goods and services.

The guest editors of the special issue are **Chris Berry, Joshua D. Dorsey, Ronald Paul Hill and Jeremy Kees**. The submission deadline is 1 July 2026. Manuscripts should be submitted through the Journal of Business Research submission system, selecting the article type "Vice Goods and Services".

More information: <https://www.sciencedirect.com/special-issue/328226/vice-goods-and-services-in-the-contemporary-marketplace>

CALL FOR PAPERS de congresos

TCR 2027 Call for Proposals



CALL FOR TRACK PROPOSALS FOR TCR 2027

The Transformative Consumer Research Conference 2027 has opened its call for track proposals. TCR is an international research movement associated with the Association for Consumer Research and focused on advancing research that contributes to consumer, societal and environmental well-being.

TCR 2027 will take place at the Gabelli School of Business, Fordham University, in New York City, from 1 to 4 June 2027. The conference co-chairs, Sertan Kabadayi, Yuliya Komarova and Hoori Rafieian, invite proposals for three track categories: **Build Capacity**, **Leverage Theory-Guided Research** and **Implement Solutions**. The call particularly welcomes proposals on emerging themes and encourages inclusive, collaborative and dialogical approaches to research.

Proposal submissions will open on **15 June 2026**, and the deadline for submission is **31 July 2026**. Selected tracks will be notified by **31 August 2026**. Track 1 will include an

open call for participant applications, while Tracks 2 and 3 require all team members to be identified and confirmed at the proposal stage.

The conference follows a dialogical format, bringing together researchers and, where appropriate, non-academic stakeholders such as practitioners, policymakers, NGOs and community representatives. Selected tracks may also have the opportunity to develop their work for consideration in a special issue of the *Journal of the Association for Consumer Research*.

More information: <https://www.mytcr.org/2027-tcr-conference>
TCR2027@Fordham.edu

Contact:

CURSOS

CURSOS

CURSO ONLINE
MACHINE LEARNING E IA APLICADA A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
Impartido por: RAMÓN ALBERTO CARRASCO
INSCRIPCIONES ABIERTAS
3ª EDICIÓN
NIVEL: ACTUALIZACIÓN
11, 13, 18 Y 19 - MAYO - 2026
DE 17:00 h a 19:30 h

CURSO PRESENCIAL
DEL DATO AL IMPACTO: CURSO PRÁCTICO DE INSIGHTS ACCIONABLES
Impartido por: SANTIAGO DE LA ASUNCIÓN Y RAQUEL LÓPEZ VÁZQUEZ
INSCRIPCIONES ABIERTAS
MADRID - 02 - JUNIO - 2026
09:30 h a 18:30 h - OFE - C/uchana 23, 6º piso, 28018

CURSO PRESENCIAL
DEL DATO AL IMPACTO: CURSO PRÁCTICO DE INSIGHTS ACCIONABLES
Impartido por: SANTIAGO DE LA ASUNCIÓN Y RAQUEL LÓPEZ VÁZQUEZ
INSCRIPCIONES ABIERTAS
BARCELONA - 04 - JUNIO - 2026 (09:30 H A 18:30 H)
0801 Ciutadella - Sala Dinslab Campus, Gran Via de les Corts Catalanes, 472, 08003, 48003

CURSO ONLINE
POTENCIANDO LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA CON IA
Impartido por: ALEJANDRO BORCEL, RAÚL MONTAÑO, VICTORIA SCARFATO
INSCRIPCIONES ABIERTAS
3ª EDICIÓN
NIVEL: INICIACIÓN
08 Y 10 - JUNIO - 2026
DE 17:00 h a 19:30 h

CURSO ONLINE
CURSO PRÁCTICO DE INMERSIÓN EN LA IA PARA INVESTIGADORES DE MERCADOS
Impartido por: VÍCTOR GIL
INSCRIPCIONES ABIERTAS
10ª EDICIÓN
NIVEL: INICIACIÓN
15, 17, 22 Y 23 - JUNIO - 2026
DE 16:30 h a 19:00 h

Por ser socio
Recuerda, que podrás acceder a todos los cursos con un descuento especial.
Toda la info:
www.ia-espana.org

FORMACIÓN EN INTELIGENCIA ARTIFICIAL APLICADA A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS E INSIGHTS

Insights + Analytics España ha presentado su programación de cursos de formación para junio de 2026, centrada en el uso de la inteligencia artificial, el análisis de datos y la generación de insights accionables en el ámbito de la investigación de mercados. La oferta formativa se dirige a profesionales de agencias, consultoras, institutos de investigación, departamentos de marketing y equipos de analítica interesados en actualizar sus competencias en un contexto marcado por la transformación digital del sector.

Durante el mes de junio se impartirán distintos cursos con un enfoque práctico. La programación incluye **“Del dato al impacto: curso práctico de insights accionables”**, en modalidad presencial, que tendrá lugar el **2 de junio en Madrid** y el **4 de junio en Barcelona**; **“Potenciando la investigación cualitativa con IA”**, en modalidad online, los días **8 y 10 de junio**; y el **“Curso práctico de inmersión en IA para investigadores de mercados”**, también online, los días **15, 17, 22 y 23 de junio**. Estas actividades abordan aplicaciones de la IA en procesos de investigación, análisis cualitativo, reporting, visualización de datos y generación de conocimiento útil para la toma de decisiones.

Los cursos pueden resultar de interés para investigadores/as, docentes y profesionales del marketing que deseen explorar herramientas y metodologías aplicadas al análisis de información, la interpretación de datos y la comunicación de resultados en investigación de mercados. Las personas asociadas a AEMARK pueden acceder a la **cuota reducida como socios/as de Insights + Analytics España** en todos los cursos.

Más información: <https://ia-espana.org/wp-content/uploads/2026/05/IA-en-marcha-formacion-2026-06052026-1.html>

OTROS



NUEVO MÁSTER INTERUNIVERSITARIO INTERNACIONAL EN MARKETING Y EMPRENDIMIENTO AGROALIMENTARIO

El Campus Iberus de Excelencia Internacional y CIHEAM Zaragoza impulsan el nuevo **Máster en Marketing y Emprendimiento Agroalimentario** (*Master's Degree in Agri-Food Marketing and Entrepreneurship*), un programa orientado a la formación especializada en marketing, emprendimiento e innovación en el sector agroalimentario.

La iniciativa reúne la experiencia académica de las cuatro universidades públicas que integran Campus Iberus —Universidad de La Rioja, Universidad de Zaragoza,

Universidad Pública de Navarra y Universidad de Lleida— junto con la trayectoria internacional de CIHEAM Zaragoza, institución de referencia en formación agronómica. El máster combina una base académica sólida con un enfoque aplicado, favoreciendo la conexión con el tejido empresarial y con las necesidades actuales de un sector estratégico para la economía regional, nacional e internacional.

El programa puede resultar de interés para estudiantes, titulados/as y profesionales que deseen especializarse en marketing agroalimentario, emprendimiento, desarrollo de negocio e innovación aplicada a la cadena de valor agroalimentaria. Su puesta en marcha refuerza el compromiso de las instituciones promotoras con la innovación docente y con la formación de perfiles capaces de aportar valor en un ámbito de creciente relevancia.

Más información: <https://www.unirioja.es/masteres-universitarios/master-en-marketing-y-emprendimiento-agroalimentario/>



CLAUDIA ELIZABETH GOYES YEPEZ, SOCIA DE AEMARK, COMPARTE SU TRAYECTORIA INVESTIGADORA EN INCLUSIÓN A TRAVÉS DEL DOCUMENTAL “CUANDO PERDÍ LOS ESTRIBOS”

La socia de AEMARK Claudia Elizabeth Goyes Yepez ha presentado el documental **“Cuando perdí los estribos”**, una pieza audiovisual de 23 minutos que recoge, de forma rigurosa y sensible, su trayectoria investigadora en el ámbito de la inclusión desarrollada en **Human Tech UPV**, con la financiación de la **Fundación Ramón Areces**.

El documental conecta su trayectoria académica previa en la **Universitat de València** con su labor actual en la **Universitat Politècnica de València**, mostrando cómo la investigación puede convertirse en una herramienta de transformación personal, social y tecnológica. A partir de una discapacidad auditiva sobrevenida que transformó profundamente su vida, la protagonista del documental relata un proceso de incertidumbre, adaptación y reconstrucción que dio lugar a un nuevo propósito profesional centrado en la inclusión y el impacto social.

De este recorrido surgen tres proyectos de investigación que constituyen actualmente el eje de su trabajo. **VIBRA**, orientado al desarrollo de experiencias musicales multisensoriales inclusivas para personas con discapacidad auditiva; **SENTIA**, centrado en soluciones tecnológicas para favorecer la autonomía de personas con discapacidad visual; e **INCLUIA**, dirigido a la formación y la inclusión laboral de personas con discapacidad intelectual mediante inteligencia artificial y realidad extendida.

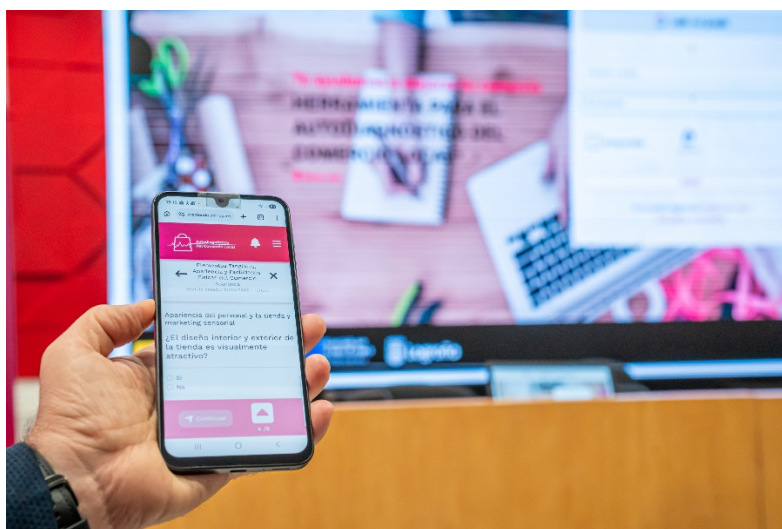
“Cuando perdí los estribos” invita a resignificar la discapacidad, no como un límite, sino como un motor de innovación, empatía y transformación. La pieza pone en valor el papel de la investigación aplicada, la tecnología y la colaboración interdisciplinar en el diseño de soluciones orientadas a mejorar la vida de las personas y avanzar hacia una sociedad más inclusiva.

El documental está disponible en el canal de YouTube de la autora: <https://www.youtube.com/watch?v=7ZT5F-4FxVk&authuser=0>

RECONOCIMIENTOS Y PREMIOS A LOS SOCIOS DE AEMARK



Asociación Española
de Marketing
Académico y Profesional



UN PROYECTO CON PARTICIPACIÓN DE MIEMBROS DE AEMARK, RECONOCIDO EN LOS PREMIOS NACIONALES DE COMERCIO INTERIOR 2025

Un proyecto en el que participan varios miembros de AEMARK ha sido reconocido con una **Mención en la categoría de Ideas Tecnológicas aplicables al Comercio** en los **Premios Nacionales de Comercio Interior 2025**, publicados en el BOE nº 98, de 22 de abril de 2026.

El proyecto reconocido es la **Herramienta de Autodiagnóstico del Comercio Local**, una plataforma digital innovadora orientada a evaluar la excelencia del comercio minorista y a apoyar los procesos de modernización, mejora competitiva y digitalización del comercio local.

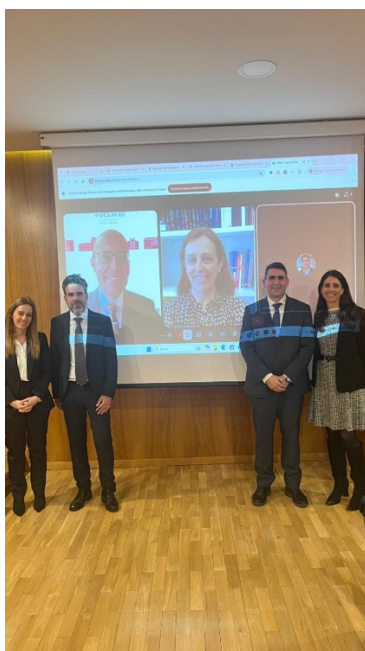
La candidatura fue presentada por la **Cátedra Extraordinaria de Comercio de la Universidad de La Rioja** y el **Ayuntamiento de Logroño**. Este reconocimiento

constituye un hito especialmente relevante, al tratarse de la primera vez que una universidad recibe esta distinción desde la creación de los premios en 1997.

El proyecto ha sido dirigido y coordinado por la Dra. Cristina Olarte Pascual, de la Universidad de La Rioja, como Investigadora Principal; el Dr. Jorge Pelegrín Borondo, de la Universidad de La Rioja, como Investigador Principal; y la Dra. Eva Reinares Lara, de la Universidad Rey Juan Carlos, como Coordinadora.

Asimismo, han participado como miembros del equipo del proyecto el Dr. Mario Arias Oliva, de la Universidad Complutense de Madrid; la Dra. Rosana Fuentes Fernández, de la Universidad de León; la Dra. Alba García Milon, la Dra. Natalia Medrano Sáez y la Dra. Ingrit Moya Burgos, de la Universidad de La Rioja; y el Dr. Pedro Reinares Lara, de la Universidad Rey Juan Carlos.

Este reconocimiento pone en valor la contribución de los investigadores e investigadoras del área de marketing al desarrollo de herramientas aplicadas con impacto directo en el tejido económico y social. Asimismo, subraya la relevancia de los proyectos colaborativos interuniversitarios orientados a transferir conocimiento, impulsar la innovación y apoyar la competitividad del comercio minorista.



JUAN FRANCISCO PRADOS CASTILLO, NUEVO PROFESOR TITULAR DE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA

El pasado mes de marzo de 2026 tuvo lugar el concurso de acceso al cuerpo docente de Profesores Titulares de Universidad del área de conocimiento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Granada, en el que obtuvo la plaza el Prof. Dr. Juan Francisco Prados Castillo.

La comisión evaluadora estuvo formada por el Prof. Dr. Juan Antonio Mondéjar Jiménez (Catedrático de la Universidad de Castilla-La Mancha) como presidente; la Prof^a. Dra. Myriam Martínez Fiestas (Catedrática de la Universidad de Granada) como secretaria; y los Prof. Dres. José Alberto Castañeda García (Catedrático de la Universidad de

Granada); Natalia M. Vila López (Catedrática de la Universidad de Valencia) y Eva M^a Murgado Armenteros (Profesora titular de la Universidad de Jaén) como vocales.



MARÍA EUGENIA RODRÍGUEZ LÓPEZ, NUEVA PROFESORA TITULAR DE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA

El pasado 27 de abril de 2026 tuvo lugar el concurso de acceso al cuerpo docente de Profesores Titulares de Universidad del área de conocimiento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Granada en el campus de Ceuta, en el que obtuvo la plaza la Prof^a. Dr. María Eugenia Rodríguez López.

La comisión evaluadora estuvo formada por el Prof. Dr. Sebastián Molinillo Jiménez (Universidad de Málaga) como presidente; la Prof^a. Dra. María Isabel Viedma de Jesús (Universidad de Granada) como secretaria; y los Prof. Dres. Francisco Montoro Ríos (Universidad de Granada), Inés Kuster Boluda (Universidad de Valencia) y M^a Dolores Palazón Vidal (Universidad de Murcia) como vocales.



JAVIER RODRÍGUEZ PINTO, NUEVO PROFESOR TITULAR DE LA UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

El pasado 5 de mayo de 2026 tuvo lugar el concurso de acceso al cuerpo docente de Profesor Titular de Universidad del área de conocimiento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Valladolid en el que obtuvo la plaza el Prof. Dr. Javier Rodríguez Pinto.

La comisión evaluadora estuvo formada por la Prof. Dra. M.^a José Sanzo Pérez (Catedrática de la Universidad de Oviedo), como presidenta; el Prof. Dr. Juan Antonio Rodríguez (Catedrático de Economía Financiera de la Universidad de Valladolid), como secretario; y, como vocales, el Prof. Dr. Víctor Iglesias (Catedrático de la Universidad de Oviedo); la Prof. Dra. M.^a Dolores Palazón (Profesora Titular de la Universidad de Murcia); y la Prof. Dra. Marta Rey (Catedrática de la Universidad da Coruña).



JUAN MIGUEL ALCÁNTARA PILAR, NUEVO CATEDRÁTICO DE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA

El pasado 26 de mayo de 2026 tuvo lugar el concurso de acceso al cuerpo docente de Catedráticos y Catedráticas de Universidad del área de conocimiento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Granada campus de Ceuta en el que obtuvo la plaza el Prof. Dr. Juan Miguel Alcántara Pilar.

La comisión evaluadora estuvo formada por el Prof. Dr. Ángel Herrero Crespo (Universidad de Cantabria) como presidente; la Prof^a. Dra. Ana Isabel Polo Peña (Universidad de Granada) como secretaria; y los Prof. Dres. Juan Sánchez Fernández (Universidad de Granada), Natalia Vila López (Universidad de Valencia) y M^a José Martín de Hoyos (Universidad de Zaragoza) como vocales.



ENA YURITZE BARÓN LÓPEZ, NUEVA DOCTORA POR LA UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

El pasado 27 de abril de 2026 tuvo lugar el acto de defensa de la Tesis Doctoral titulada *“Omnicanalidad, integración de los canales de distribución minorista y valoración de la marca minorista en una economía emergente”*, presentada por Dña. Ena Yuritze Barón López y dirigida por el Dr. Alejandro Mollá Descals y la Dra. María José Miquel Romero, de la Universitat de València.

El Tribunal evaluador estuvo formado por la Prof. Dra. Marta Frasset Deltoro (Catedrática de Universidad de la Universitat de València), como presidenta; el Prof. Dr. Juan Antonio Mondéjar Jiménez (Catedrático de la Universidad de Castilla-La Mancha), como secretario; y el Prof. Dr. Javier Sánchez García (Catedrático de Universidad de la Universitat Jaume I de Castellón), como vocal.



SERGIO VALDELOMAR MUÑOZ, NUEVO DOCTOR POR LA UNIVERSIDAD DE JAÉN

El pasado 7 de mayo de 2026 tuvo lugar el acto de defensa de la Tesis Doctoral titulada *“Biodiversity as a new analytical framework in marketing: an extended model of pro-environmental food consumer behaviour in Europe”*, presentada por D. Sergio Valdelomar Muñoz y dirigida por la Dra. Eva María Murgado Armenteros de la Universidad de Jaén.

El Tribunal evaluador estuvo formado por el Prof. Dr. Antonio Navarro García (Catedrático de la Universidad de Sevilla), como presidente; la Prof. Dra. Carla Marano Marcolini (Profesora Contratada Doctora) de la Universidad de Jaén, como secretaria; y el Prof. Dr. Reto Félix, de la Universidad de Texas, como vocal.



ALEJANDRO VEGA LÓPEZ, NUEVO DOCTOR POR LA UNIVERSIDAD DE OVIEDO

El pasado 18 de mayo de 2026 tuvo lugar el acto de defensa de la Tesis Doctoral titulada *“La transformación digital de las empresas del sector retail: un análisis desde la óptica de la sostenibilidad”*, presentada por Alejandro Vega López y dirigida por la Dra. María José Sanzo Pérez y la Dra. Nuria Viejo Fernández, de la Universidad de Oviedo.

El Tribunal evaluador estuvo formado por el Prof. Dr. Juan Antonio Trespalacios (Catedrático de Universidad de la Universidad de Oviedo), como presidente; el Prof. Dr. Luis Ignacio Álvarez González (Catedrático de Universidad de la Universidad de Oviedo), como secretario; la Prof. Dra. Marta Rey García (Catedrática de Universidad de la Universidad da Coruña), como vocal; la Prof. Dra. Ana María González Fernández, (Profesora Titular de Universidad de la Universidad de León), como vocal; y la Prof. Dra. Rosa Patricia Martínez García de Leaniz (Profesora Titular de Universidad de la Universidad de Cantabria), como vocal.

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**.