

NUESTRA ASOCIACIÓN

Asociación Española
de Marketing
Académico y Profesional



AEMARK 2025: UN ENCUENTRO MEMORABLE EN MURCIA

La Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Murcia ha acogido del 17 al 19 de septiembre el XXXVI Congreso Internacional de Marketing AEMARK, que reunió a la comunidad académica del marketing bajo el lema *“Marketing responsable para un futuro sostenible”*.

Esta edición ha registrado un récord de participación con 403 inscritos (incluido el Doctoral Colloquium), de los que el 90% procedía de España y el 10% restante de países como Colombia, Puerto Rico, Chile, Estados Unidos, México, Alemania, Argentina, Ecuador, Francia, Italia, Jordania, Líbano, Omán, Portugal, Reino Unido y Suiza.

El congreso también ha supuesto un nuevo máximo con respecto al número de contribuciones recibidas, 335 trabajos que tras el proceso de revisión se concretaron en 124 ponencias, 130 trabajos en curso, 40 pósteres y 24 aportaciones al Doctoral Colloquium. Una revisión y selección posible gracias al esfuerzo de 286 revisores, cuya labor refleja la vitalidad y proyección internacional de AEMARK.

El programa ha incluido 61 sesiones científicas en español e inglés, además de mesas redondas con empresas sobre sostenibilidad e innovación, reforzando el diálogo entre la academia y el ámbito empresarial. También contamos con la sesión *Meet the Editors* en la que participaron como editores invitados Rebecca W. Hamilton (Professor of Marketing de Georgetown University y editora del *Journal of Marketing Research*), y Florian v. Wangenheim (Professor of Technology Marketing de ETH University de Zúrich, Co-Editor del *Journal of Service Research* y en el editorial board del *Journal of Marketing*). Ambos intervinieron también como responsables de sesión y conferenciantes. Rebecca Hamilton como Keynote Speaker, patrocinada por la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial, y Florian von Wangenheim que estuvo a cargo de la conferencia de clausura del Doctoral Colloquium.

Este congreso no solo ha sido un referente académico, sino también una experiencia social y sostenible. Su identidad gráfica —con el corazón rojo UMU, las manos entrelazadas y un cartel construido a partir de las ediciones anteriores— simboliza la pasión, el apoyo mutuo y la continuidad de AEMARK.

El éxito de esta edición ha sido posible gracias al compromiso del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Murcia, al apoyo de AEMARK y a la colaboración de patrocinadores y entidades colaboradoras.

Salvador Ruiz de Maya
Presidente del Comité Organizador XXXVI Congreso Internacional de Marketing
#AEMARK25



CONCURSOS ENCUESTA

Durante el transcurso de la Asamblea General de AEMARK, **Tesi junto con Netquest-Bilendi y ANDATA**, empresas de soluciones de investigación de mercados que colaboran con AEMARK, sortearon un trabajo de investigación de mercados de hasta **300 encuestas gratuitas** entre aquellos asistentes que accedieron al QR y rellenaron los datos. Tesi se encargará del diseño de cuestionario y posterior codificación, Bilendi y ANDATA de la realización del trabajo de campo (150 encuestas cada uno). En las condiciones del sorteo constaba que el trabajo se debía realizar antes de que finalizara el mes de octubre. El sorteo se llevó a cabo desde Tesi mediante plataforma online el lunes 22 de septiembre. El agraciado es **Juan Carlos Quiroz**, de la Universidad del Valle (Colombia).

De manera complementaria, y reafirmando su compromiso con la comunidad académica, **ANDATA** organizó durante el congreso dos concursos adicionales para otorgar un total de **600 respuestas gratuitas** destinadas a la realización de investigaciones académicas. Estas procederán de un panel de 12 millones panelistas distribuidos en 100 países dentro del [Panelbook](#). Las encuestas podrán remitirse a ANDATA durante todo el curso académico 2025-2026. Asociados de AEMARK y doctorandos obtienen 5%-20% de descuento.

400 respuestas para un grupo de investigación en Marketing de alguna de las universidades asistentes. El grupo ganador ha sido el liderado por **Franco Sancho** (Universidad de Alicante)

200 respuestas para un investigador asistente. El ganador ha sido **Luis Callarisa Fiol** (Universidad Jaume I).

¡Enhorabuena a todos los premiados!



ACUERDO CON TESI- TRANSCRIBE ANALYTICS

TESI Investigación de Mercados es una empresa especializada en el diseño y desarrollo de soluciones avanzadas de análisis y consultoría orientadas a apoyar la investigación académica y profesional en marketing. Con el objetivo de fortalecer la conexión entre el ámbito universitario y empresarial, TESI ha firmado un convenio de colaboración con AEMARK. Este acuerdo contempla beneficios específicos para los socios y doctorandos, condiciones preferentes en servicios de investigación y consultoría, así como la reciente presencia de TESI en el XXXVI Congreso Internacional de Marketing en Murcia. Una alianza estratégica para fomentar proyectos, conocimiento y desarrollo profesional en el área.



ACUERDO CON LA ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE MARKETING PÚBLICO Y NO LUCRATIVO (AIMPN)

El propósito de la Asociación Internacional de Marketing Público y No Lucrativo (AIMPN) es promover, desarrollar y aplicar el marketing público y sin ánimo de lucro como campo de estudio dentro de la disciplina del marketing y como área específica de conocimiento científico. Mediante este convenio de colaboración, AIMPN y AEMARK se comprometen a facilitar a sus respectivos asociados la participación en la vida de ambas entidades, difundiendo información, promoviendo actividades conjuntas y presentando las asociaciones en las sesiones destinadas a ello en sus correspondientes conferencias anuales.

CALL FOR PAPERS



5TH INTERNATIONAL WORKSHOP ON GAMIFICATION AND MOTIVATIONAL TECHNOLOGIES (GAMOTEC 2025).

The **University of Zaragoza** (Spain) and the GENERES research group (S54-23R) are proud to host this workshop for academic researchers and practitioners seeking to advance knowledge in the field of gamification, games and motivational technologies.

The GAMOTEC 2025 workshop will be held online during **November 24-26, 2025**. Contributions can be presented in English and Spanish, with specific sessions for each language. Participation is free of charge.

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

Timeline:

Submission deadline: 31 October 2025

Notification of acceptance: 7 November 2025

Celebration dates: 24-26 November 2025

More information [here](#).

Call for papers



ICOAMP

2nd International Conference on
Advanced Marketing Practice
Disruptions, Diversity and Ethics
Online on April 22 – 23, 2026

2nd INTERNATIONAL CONFERENCE ON ADVANCED MARKETING PRACTICE

Dear colleagues,

We are pleased to announce the **2nd International Conference on Advanced Marketing Practice (ICoAMP)**, organized by the Universities of Almeria, Castilla-La Mancha, Granada and Valencia. An international virtual forum created to share research findings, advances and practical marketing experiences characterized by their disruptive nature, linked to diversity and ethics, or with practical orientation. You are cordially invited to submit your contributions.

Tracks:

- Consumer behavior
- Consumer welfare (health, leisure, beauty, sport)
- Tourism marketing
- Sector-based marketing
- Marketing and society
- How Artificial Intelligence (AI) is disrupting marketing practice
- Digital technologies, social media, digital marketing practice and mobile marketing
- International marketing and cross-cultural studies
- Marketing education

Conference Awards:

- **Best Extended Abstract/Work in progress: €200** and certificate.
- **Best Full Paper Award: €400** and certificate.
- **Best Full Paper Award with the greatest and most direct impact on the practice: €400** and certificate.
- **Best Full Paper Award with the paper with the best Artificial Intelligence application in marketing: €400** and certificate.
- **Best full paper authored by a novel researcher: €400** and certificate.

Publishing opportunities:

Book Series Springer Proceedings in Business and Economics
European Journal of Management and Business Economics
Journal of Global Marketing

Key dates:

Submission: **November 3, 2025 until January 26, 2026**
Notification acceptance/rejection of papers: **March 16, 2026**
Registration period with reduced fee: **March 27- April 6, 2026**
Registration period with normal fee: **April 7, 2026**

Contact our Organizing Committee at <info@icoamp.com> or through the web form.

The Organizing Committee  2026.



EMAC SPRING CONFERENCE 2026 CALL FOR PAPERS

The University of Bath School of Management and EMAC invite electronic submissions to the EMAC Spring Conference 2026 scheduled on 2-5 June 2026 in Bath, UK.

The University of Bath is a top 10 UK University with a reputation for research and teaching excellence. It ranked 132 globally in the QS World University Rankings 2026 and in the top 100 for Marketing in the QS World University Rankings by Subject 2025.

The School of Management is home to a large body of academics carrying out world-leading marketing research. This includes the Bath Retail Lab, a knowledge hub focusing on retailing and contemporary consumer issues alongside industry partners.

All submissions are due in PDF format and should be done online via the conference website no later than **1 December 2025, 16:00 CET Time** (no extension of deadline).

More information [here](#).



CALL FOR CHAPTERS – SOCIAL MARKETING, SUSTAINABILITY AND SDGS

Se encuentra abierta la convocatoria para la obra *Global Case Studies on Driving Responsible Consumption*, que formará parte de la serie “**Springer Business Cases**”. El libro será editado por **Enrique Carlos Bianchi** (Universidad Católica de Córdoba – Unidad Asociada al CONICET / Universidad Nacional de Córdoba, Argentina), M. **Mercedes Galán-Ladero** (University of Extremadura, España) y **Helena M. Alves** (University of Beira Interior, Portugal).

El volumen abordará experiencias de marketing social vinculadas al consumo responsable y estilos de vida sostenibles, con especial atención al ODS 12. Se buscan estudios de caso innovadores que documenten campañas, intervenciones y propuestas desarrolladas por empresas, gobiernos, ONG u otras organizaciones en cualquier parte del mundo.

Las contribuciones deberán mostrar los efectos de estas acciones en organizaciones con y sin fines de lucro, en sus destinatarios y en la sociedad en general. Invitamos a enviar propuestas de capítulos que promuevan la reflexión académica y práctica en torno al consumo sostenible.



<https://ciediuam.es/>

UAM CIEDI Centro de Investigación en Economía Digital

Objetivo
El objetivo principal de estos premios es la promoción y difusión de la actividad docente e investigadora sobre economía digital.

Dos premios
La convocatoria tendrá una compensación económica de 300€ el premio al mejor TFM y de 200€ el mejor TFG.

Finalidad
Esperamos que estos premios sirvan de incentivo para potenciar la realización de trabajos de investigación relacionados con la economía digital, teniendo en cuenta la importancia actual de la misma en la economía.

CONVOCATORIA DE LOS PREMIOS A TRABAJOS FIN DE GRADO (TFG) Y TRABAJOS FIN DE MÁSTER (TFM) EN ECONOMÍA DIGITAL CIEDI (Centro de Investigación en Economía Digital) UAM.

centro.economia.digital@uam.es

IV CONVOCATORIA DE LOS PREMIOS A TRABAJOS FIN DE GRADO (TFG) Y TRABAJOS FIN DE MÁSTER (TFM) EN ECONOMÍA DIGITAL

El CIEDI (Centro de Investigación en Economía Digital) de la Universidad Autónoma de Madrid anuncia la **IV Convocatoria de los Premios a TFG y TFM en Economía Digital 2025**, con el objetivo de reconocer los mejores trabajos en este ámbito y fomentar la actividad docente e investigadora.

Podrán participar los TFG y TFM defendidos en universidades españolas durante el curso 2024–2025. Las candidaturas deberán enviarse a centro.economia.digital@uam.es antes del **20 de octubre de 2025 a las 14:00 h**, incluyendo el PDF del trabajo, conformidad del tutor/a y certificado de notas.

Los premios consisten en 300 € para TFM y 200 € para TFG, además de certificación CIEDI. Bases completas y más información [aquí](#).

CURSO INSIGHTS ANALYTICS

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

Impartido por:
ALBERTO MARCOS GARCÍA



ONLINE | 8 Y 9 · OCTUBRE · 2025
De 17:00 h a 19:30 h CET (UTC+01:00)

 Curso I+A

CURSO ONLINE: PRÁCTICO DE USO DE APIS Y SCRAPING WEB: ¡INSCRIPCIONES ABIERTAS!

El Curso práctico de **Uso de APIs y Scraping Web** (8 y 9 de octubre de 2025, 17:00 – 19:30 horas) está pensado para profesionales que quieren aprender a extraer datos de forma eficiente mediante técnicas de scraping y conexión con APIs, aplicadas a proyectos reales de investigación. A lo largo de la formación, se abordarán conceptos clave sobre la estructura de las páginas web, el funcionamiento de las APIs y el uso de modelos de lenguaje para automatizar procesos de obtención y tratamiento de datos.

Dirigido a técnicos cuantitativos y cualitativos, analistas y profesionales de agencias o departamentos de investigación, este curso requiere conocimientos previos básicos sobre IA, por lo que se recomienda haber realizado previamente la formación introductoria.

Más información [aquí](#).

RECONOCIMIENTOS Y PREMIOS A LOS SOCIOS DE AEMARK

 Asociación Española
de Marketing
Académico y Profesional



**ISABEL MARÍA ROSA DÍAZ, NUEVA CATEDRÁTICA DE LA UNIVERSIDAD DE
SEVILLA**

El pasado 18 de Julio de 2025 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 Sevilla de D^a Isabel María Rosa Díaz.

La comisión evaluadora estuvo formada por el Prof. Dr. Francisco Javier Rondán Cataluña (Catedrático de la Universidad de Sevilla) como presidente; el Prof. Dr. Félix Antonio Velicia Martín (Catedrático de la Universidad de Sevilla) como secretario; y por la Prof. Dra. Raquel Sánchez Fernández (Catedrática de la Universidad de Almería), la Prof. Dra. María Haydée Calderón García (Universidad de Valencia) y el Prof. Dr. Miguel Ángel Gómez Borja (Universidad de Castilla-La Mancha) como vocales.



REBECA SAN JOSÉ CABEZUDO, NUEVA CATEDRÁTICA DE LA UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

El pasado 12 de septiembre de 2025 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, en el que obtuvo la plaza D^a Rebeca San José Cabezudo.

La comisión evaluadora estuvo formada por el Prof. Dr. Enrique Bigné (Catedrático de la Universidad de Valencia), el Prof. Dr. Pablo Muñoz Gallego (Catedrático de la Universidad de Salamanca), el Prof. Dr. Víctor Iglesias Argüelles (Catedrático de la Universidad de Oviedo), la Prof. Dra. Rosa María Hernández Maestro (Catedrática de la Universidad de Salamanca) y la Prof. Dra. María del Valle Santos Álvarez (Catedrática de la Universidad de Valladolid).



RAFAEL CURRÁS PÉREZ, NUEVO CATEDRÁTICO DE LA UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

El pasado 24 de septiembre de 2025 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, en el que obtuvo la plaza D. Rafael Currás Pérez.

La comisión evaluadora estuvo formada por el Prof. Dr. Marcelo Royo Vela (Catedrático de la Universitat de València), la Prof. Dra. Ana Isabel Rodríguez Escudero (Catedrática de la Universidad de Valladolid), el Prof. Dr. Juan Antonio Mondéjar Jiménez (Catedrático de la Universidad de Castilla-La Mancha), el Prof. Dr. Salvador del Barrio García (Catedrático de la Universidad de Granada) y la Prof. Dra. Natalia Vila López (Catedrática de la Universitat de València).



GABRIELA SALINAS, NUEVA DOCTORA DE LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

El pasado 10 de junio de 2025 tuvo lugar el acto de defensa de la Tesis Doctoral titulada *"El impacto de la sostenibilidad en el valor financiero de la marca: Una aproximación conceptual y empírica"*, de la que es autora Dra. Gabriela Salinas y que ha sido dirigida por la Dra. Maria del Carmen Abril Barrie, de la Universidad Complutense de Madrid.

El Tribunal evaluador estuvo formado por el Dr. Jesús García de Madariaga Miranda (Universidad Complutense de Madrid) como presidente, la Dra. Nuria Villagra García (Universidad Complutense de Madrid) como secretaria, y los doctores Sebastián Molinillo Jiménez (Universidad de Málaga), María de las Mercedes Martos Partal (Universidad de Salamanca), Mónica Gómez Suarez (Universidad Autónoma de Madrid), como vocales.



HINA YAQUB BHATTI, NUEVA DOCTORA DE LA UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA

El pasado 23 de julio de 2025 tuvo lugar el acto de defensa de la Tesis Doctoral titulada *“Análisis de los factores que impulsan el marketing con causa en pakistán: perspectivas de los consumidores de un país musulmán en desarrollo”*, de la que es autora D^a. Hina Yaquub Bhatti y que ha sido dirigida por las Dras. M. Mercedes Galán Ladero y Clementina Galera Casquet, de la Universidad de Extremadura.

El Tribunal evaluador estuvo formado por la Dra. Belén Bande Vilela (Universidad de Santiago de Compostela), como presidenta; el Dr. Juan Luis Tato Jiménez (Universidad de Extremadura), como secretario; y el Dr. Juan Miguel Rey Pino (Universidad de Granada), como vocal.



RAFAEL GONZÁLEZ MÁRQUEZ, NUEVO DOCTOR DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA

El pasado miércoles 4 de septiembre de 2025 tuvo lugar el acto de defensa de la Tesis Doctoral titulada “*Selección de países y socios en la internacionalización de franquicias de restauración españolas*”, de la que es autor D. Rafael González Márquez, y que ha sido codirigida por los Dres. Isabel María Rosa Díaz y Francisco Caro González de la Universidad de Sevilla.

El Tribunal evaluador estuvo formado por el Dr. Francisco Javier Rondán Cataluña (Universidad de Sevilla), como presidente; la Dra. María Encarnación Ramos Hidalgo (Universidad de Sevilla), como secretaria; y los Dres. Haydee Calderón García (Universidad de Valencia), María Fuentes Blasco (Universidad Pablo de Olavide) y José Ángel Ibáñez Zapata (Universidad de Granada), como vocales.

<https://www.aemark.org/rafael-gonzalez-marquez-nueva-doctor-de-la-universidad-de-sevilla/>

GUILLERMO CALAHORRA CANDAO, NUEVO DOCTOR DE LA UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA



El pasado martes 9 de septiembre de 2025 tuvo lugar el acto de defensa de la Tesis Doctoral titulada “*Understanding purchase intention in voice commerce: The effects of voice type through anthropomorphism, trust, safety and emotional response*”, de la que es autor D. Guillermo Calahorra Candao, y que ha sido dirigida por la Dra. M^a José Martín De Hoyos, de la Universidad de Zaragoza.

El Tribunal evaluador estuvo formado por el Dr. Juan Sánchez Franco (Universidad de Granada), el Dr. Jesús García de Madariaga (Universidad Complutense de Madrid) y la Dra. Carolina Herrando Soria (Universidad de Zaragoza).



ELÍAS VEGA RIERA, NUEVO DOCTOR DE LA UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

El pasado 10 de septiembre de 2025 tuvo lugar el acto de defensa de la Tesis Doctoral titulada *"Full-fledged games as marketing tools: Gamification and user experience in diverse contextual setting"*, cuyo autor es D. Elías Vega Riera y que ha sido dirigida por la Dra. Carmen Camarero Izquierdo DE LA Universidad de Valladolid.

El Tribunal evaluador estuvo compuesto por el Prof. Sebastián Molinillo (Universidad de Málaga), la Prof^a. Sara Catalán (Universidad de Zaragoza) y la Prof^a. Nannan Xi (Tampere University, Finland).

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**.