



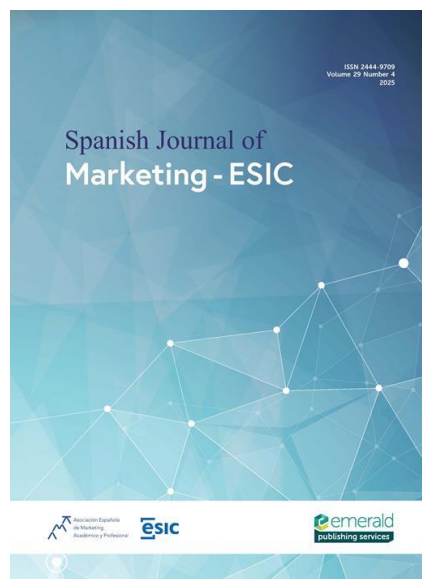
Reunión de la Junta Directiva de AEMARK

El pasado 20 de octubre de 2025 se celebró en la Universidad Autónoma de Madrid la reunión anual de la Junta Directiva de la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK). El encuentro contó con la asistencia de todos los miembros de la Junta, así como parte del equipo organizador del Congreso Internacional AEMARK 2026 en Málaga.

Tras la aprobación del acta anterior, las personas responsables de las distintas áreas de gestión presentaron el balance de las actividades realizadas y las principales líneas de trabajo para el curso académico 2025-2026. Durante la sesión se debatieron diversas propuestas orientadas a reforzar las actividades científicas, docentes y de proyección profesional de la Asociación, así como la programación de los seminarios de investigación y docencia que, como es habitual, se celebrarán en el mes de enero.

Uno de los puntos centrales del encuentro fue la preparación del XXXVII Congreso Internacional de Marketing AEMARK, que se celebrará en Málaga en septiembre de 2026. Se abordaron aspectos clave de su organización y se reafirmó el pleno respaldo de la Asociación al Comité Organizador local.

La reunión transcurrió en un clima de colaboración y compromiso, destacando la voluntad compartida de continuar impulsando la actividad académica y profesional de AEMARK en el ámbito del marketing.



SJME LANZA SU NUEVO NÚMERO: INNOVACIÓN, TECNOLOGÍA Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN EL CENTRO DEL MARKETING

La revista Spanish Journal of Marketing – ESIC presenta su [volumen 29, número 4](#), con investigaciones punteras que abordan los desafíos y oportunidades del marketing en la era digital. Este número incluye seis artículos que exploran desde la experiencia de marca hasta el uso de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial y la realidad aumentada:

- **Influence of mobile application service quality and convenience on young customer retention** (*Sehrish Huma; Waqar Ahmed; Minhaj Ikram; Arsalan Najmi*): este estudio tiene como objetivo analizar el efecto de la calidad del servicio de las aplicaciones móviles (MASQ), la conveniencia del servicio (SERCON) y la satisfacción en la fidelización de los jóvenes consumidores hacia las aplicaciones móviles.
- **Adoption of e-wallets: trust and perceived risk in Generation Z in Colombia** (*Catalina Gómez-Hurtado; Francisco Jesús Gálvez-Sánchez; María Belén Prados-Peña; Andrés Felipe Ortiz-Zamora*): este estudio tiene como objetivo explorar el desarrollo de la confianza en relación con las preocupaciones sobre seguridad y privacidad, así como la influencia del riesgo percibido en la intención de utilizar monederos electrónicos.
- **Value cocreation and codestruction in artificial intelligence-enabled service interactions: literature review and research agenda** (*Elainy Cristina da Silva Coelho; Josivania Silva Farias*): revisión de literatura sobre cocreación y codestrucción de valor en servicios habilitados por inteligencia artificial.
- **Consumer well-being: a systematic literature review and future research directions** (*Atul Dahiya; Diptiman Banerji; Raffaele Filieri*): revisión de estudios con el objetivo de integrar y organizar de manera exhaustiva la literatura existente fragmentada sobre el bienestar del consumidor (CWB), identificando sus temas emergentes y su impacto.

- **Navigating the future of brand experience: insights from bibliometric análisis** (*Víctor Calderón-Fajardo; Sebastian Molinillo; Rafael Anaya-Sánchez; Jano Jiménez-Barreto*): estudio bibliométrico que tiene como objetivo consolidar el conocimiento fragmentado sobre la experiencia de marca dentro de la literatura de marketing, evaluando su desarrollo histórico, estado actual y perspectivas futuras
- **Task-technology synergy of augmented reality retail technology features: a meta-analysis** (*Parul Gupta; Sumedha Chauhan; Sandeep Goel*): este estudio examina cómo las funciones de la realidad aumentada (RA), como la interactividad, las experiencias de flujo, la ampliación y la implicación del consumidor, contribuyen al éxito de los minoristas en los *marketplaces* digitales.

BREAKING NEWS



CALL FOR PAPERS



2026 GLOBAL FASHION MANAGEMENT CONFERENCE: “MARKETING & MANAGEMENT IN THE AGE OF THE AI FASHION TRANSFORMATION”

Madrid se convertirá en el epicentro mundial del pensamiento académico y estratégico en moda, lujo y retail con la celebración de la **Global Fashion Management Conference (GFMC)** del 16 al 19 de julio de 2026 en ISEM Fashion Business School (Universidad de Navarra).

Vinculada a la Global Alliance of Marketing and Management Associations y al Journal of Global Fashion Marketing, dirigido por la profesora Eunju Ko (Yonsei University, Corea del Sur), la GFMC es el foro internacional más relevante en investigación y gestión de la moda. Reúne cada año a más de 300 académicos y profesionales de todo el mundo y celebra sus ediciones de forma rotatoria entre Asia y Europa.

Bajo el lema “Marketing & Management in the Age of the AI Fashion Transformation”, la edición 2026 explorará cómo la inteligencia artificial está revolucionando el marketing,

la gestión y la innovación en la moda, desde el diseño asistido por IA hasta la personalización digital.

La conferencia contará con la participación de equipos editoriales de revistas de referencia como International Marketing Review, Tourism Review o Journal of Global Scholars of Marketing Science.

Fechas clave:

- Envío de papers (DEADLINE): 15 de enero de 2026
- Early Bird: 15 de abril de 2026
- Congreso: 16–19 de julio de 2026, Madrid

Más información [aquí](#).

CURSOS



CURSO ONLINE DE I+A (INSIGHTS + ANALYTICS ESPAÑA)

Los próximos 25 y 27 de noviembre y 2 y 3 de diciembre, de 17:00 a 19:30, se celebra el curso de nivel avanzado “Machine *Learning* e IA aplicada a la investigación de mercados”, pensado para profesionales, académicos y estudiantes que quieran profundizar en la aplicación del *machine learning* e inteligencia artificial para mejorar el análisis y la toma de decisiones estratégicas en el ámbito del marketing y la gestión de clientes.

En un ciclo de trabajo completo, aprenderás a resolver problemas de negocio, construyendo modelos predictivos, interpretando tus decisiones con técnicas de Inteligencia Artificial Explicable (XAI) y utilizando Grandes Modelos de Lenguaje

(LLMs) para transformar esos *insights* en estrategias y comunicaciones accionables. El curso emplea la filosofía *learning by doing*, enfocándose en la resolución de casos prácticos de principio a fin, con asistencia personalizada del profesor.

Este curso de nivel avanzado está dirigido a quienes ya dominan los conceptos básicos y desean profundizar en aplicaciones complejas, automatización y desarrollo de soluciones propias. Son necesarios conocimientos básicos de Python.

Da el salto hacia el futuro del análisis de mercados: modelos predictivos, interpretación de decisiones con técnicas de Inteligencia Artificial Explicable (XAI) y LLMs trabajando juntos para potenciar tus decisiones.

Imparte la Jornada: Dr. Ramón Carrasco (Prof. Titular de la Universidad Complutense de Madrid)

Más información [aquí](#).

OTROS...



PLAZA DE AYUDANTE DOCTOR EN EL ÁREA DE MARKETING

La Universidad Autónoma de Madrid convocará próximamente una Plaza de Ayudante Doctor en el área de Marketing. Este tipo de plaza requiere exclusividad y está recomendada para doctores que, después de sus primeras publicaciones científicas de marketing, aspiren a consolidar su carrera universitaria como personal docente e investigador en la UAM. La Plaza de Ayudante Doctor tendrá las siguientes características:

- Vigencia del contrato: 6 años.
- Inicio previsto: febrero de 2026.
- Actividades docentes: 4 horas de clase a la semana, sobre materias de marketing impartidas en español o en inglés.
- Actividades de investigación: dedicación intensiva a estudios académicos coordinados con las líneas de investigación en marketing de la UAM.

La publicación de la convocatoria oficial, que está prevista para diciembre de 2025, será anunciada por AEMARK.

Las consultas serán canalizadas por la secretaria del área de Marketing: ana.cuenca@uam.es



Universitat
de les Illes Balears

Departament
d'Economia
de l'Empresa

UNIVERSITY OF THE BALEARIC ISLANDS OPENS TENURE-TRACK FACULTY POSITIONS IN BUSINESS AND ECONOMICS

The Department of Business Economics at the University of the Balearic Islands (UIB), Spain, has announced several full-time tenure-track positions at the Assistant or Associate Professor level in the areas of Business Economics, Management, Finance, Marketing, and Accounting.

Candidates must hold a PhD in one of these fields by May 2026 and demonstrate strong potential for research excellence and high-quality teaching in Business Administration and Tourism Management. The positions are set to begin in September 2026.

Given that most courses at UIB are taught in Spanish or Catalan, new faculty members are expected to be able to teach in at least one of these languages within two years.

Applications must be submitted online via [EconJobMarket.org](https://econjobmarket.org) by December 5, 2025. Virtual interviews will start in mid-December 2025, and shortlisted candidates will be invited to present a research seminar at the department.

Applications must be submitted electronically at <https://econjobmarket.org/positions/11931>

For additional details, interested applicants may contact Eduard Alonso at eduard.alonso@uib.es or visit <http://dee.uib.eu> dee.uib.eu



COMILLAS
UNIVERSIDAD PONTIFICIA *jin*

CONVOCATORIA PARA LA INCORPORACIÓN DE PROFESORADO EN DIRECCIÓN DE MARKETING – UNIVERSIDAD PONTIFICIA COMILLAS

La universidad pontificia comillas busca incorporar personal docente investigador en la facultad de ciencias económicas y empresariales, para desarrollar investigación y docencia en el área de dirección de marketing.

Requisitos:

- Doctorado en Economía, Administración de Empresas o disciplina afín.
- Experiencia docente e investigadora acreditada, con publicaciones científicas relevantes.

- Nivel C1/C2 de inglés.
- Dedicación exclusiva (incompatible con otras actividades profesionales).

Funciones:

- Investigación y docencia en Dirección de Marketing.
- Participación en proyectos financiados del Departamento de Marketing.
- Tareas de gestión académica: tutorías, coordinación de asignaturas, dirección de TFGs y TFMs.

Se valorará:

- Sexenios de investigación u otros méritos similares.
- Experiencia profesional en marketing.
- Evaluación positiva de ANECA u otra agencia reconocida por ENQA.

Beneficios:

- Retribución flexible y beneficios sociales.
- Acceso a Comillas Plus (descuentos comerciales).
- Plan de formación y desarrollo profesional.
- Servicios internos (gimnasio, librería, biblioteca, etc.).

Más información en:

<https://intranet.comillas.edu/TrabajaenComillas/PlazasPublicadas/Listado#>



EMK News nº 51

Estimados compañeros/as,

Os informamos de que ya está disponible el [número 51](#) de la revista EMK News, publicación del Consejo General de Economistas de España dedicada al marketing y la gestión empresarial. Como sabéis, la revista es de acceso abierto, y podéis consultar números anteriores en el siguiente enlace:

<https://marketing.economistas.es/emk-news/>

Los próximos números (52 y 53) estarán dedicados a “Marketing en el punto de venta” y “Marketing Digital”, respectivamente. Si conocéis a algún experto o experta interesado/a en colaborar con un artículo, agradeceríamos mucho que lo animéis a participar.

Recordad que, si deseáis contribuir en futuras ediciones, solo tenéis que enviar un correo con vuestros datos de contacto y vuestra especialidad a: consejogeneral@economistas.org

Esperamos que esta información sea de vuestro interés.

Javier Muñoz

Gerente del Consejo General de Economistas de España



PREMIO TRAYECTORIA ACADÉMICA EN TURISMO DE AECIT, ÁGUEDA ESTABAN TALAYA

Nuestra compañera Águeda Estaban Talaya ha recibido el Premio a la trayectoria académica en Turismo, concedido por la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT). El premio se entregó durante la celebración del XXIV congreso de AECIT, celebrado los días 25 y 26 de septiembre de 2025, en Palma de Mallorca, en el seno de la Universitat de les Illes Balears (UIB).



ANDREA PÉREZ RUIZ, NUEVA CATEDRÁTICA DE LA UNIVERSIDAD DE CANTABRIA

El pasado 29 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 Andrea Pérez Ruiz.

El tribunal evaluador estuvo formado por Myriam García Olalla (Catedrática de la Universidad de Cantabria); María José Sanzo Pérez (Catedrática de la Universidad de Oviedo); y Josep Rialp Criado (Catedrático de la Universidad Autónoma de Barcelona).



NURIA RECUERO VIRTO, NUEVA PROFESORA TITULAR DE LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

El pasado 2 de octubre de 2025 se celebró el concurso de acceso al cuerpo docente de Profesoras y Profesores Titulares de Universidad en el área de Comercialización e Investigación de Mercados, en el que D^a Nuria Recuero Virto obtuvo la plaza.

El tribunal evaluador estuvo integrado por la Prof. Dra. Carmen Pérez Cabañero (Titular de Universidad, Universitat de València), el Prof. Dr. Enrique Bigné Alcañiz (Catedrático de Universidad, Universitat de València) y la Prof. Dra. Sonia Carcelén García (Titular de Universidad, Universidad Complutense de Madrid).



WALESSKA SCHLESINGER, NUEVA CATEDRÁTICA DE LA UNIVERSIDAD DE VALENCIA

El pasado 3 de octubre de 2025 tuvo lugar el concurso de acceso al cuerpo docente de Catedráticos y Catedráticas de Universidad en el área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Valencia, en el que D^a Walesska Schlesinger realizó su oposición.

El tribunal evaluador estuvo conformado por los profesores Marcelo Royo y Gloria Berenguer (Catedráticos de la Universidad de Valencia), Carlos Flavián (Catedrático de la Universidad de Zaragoza), Joan Garau (Catedrático de la Universidad de las Islas Baleares) y Carlota Lorenzo Romero (Catedrática de la Universidad de Castilla-La Mancha).



PATRICIA MARTÍNEZ, NUEVA PROFESORA TITULAR DE LA UNIVERSIDAD DE CANTABRIA

El pasado 3 de octubre de 2025 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 Cantabria, en el que obtuvo la plaza nuestra compañera Patricia Martínez García de Leániz.

El tribunal evaluador estuvo formado por la Prof. Dra. Ana Serrano Bedia (Catedrática de la Universidad de Cantabria), la Prof. Dra. M^a José Sanzo (Catedrática de la Universidad de Oviedo), y el Prof. Dr. Arturo Molina (Catedrático de la Universidad de Castilla La Mancha).



RICARDO DÍAZ ARMAS, NUEVO CATEDRÁTICO DE LA UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA

El pasado 17 de octubre tuvo lugar el concurso de acceso al cuerpo docente de Catedráticos y Catedráticas de Universidad en el área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de La Laguna, en el que D. Ricardo Díaz Armas realizó su oposición.

La comisión evaluadora estuvo conformada por el Prof. D. José Manuel Hernández Mogollón (Catedrático de la Universidad de Extremadura), Prof. Dña. María Fuentes Blasco (Catedrática de la Universidad Pablo de Olavide) y Prof. D. Eduardo Parra López (Catedrático de la Universidad de La Laguna).



DESIDERIO GUTIÉRREZ TAÑO, NUEVO CATEDRÁTICO DE LA UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA.

El pasado 17 de octubre tuvo lugar el concurso de acceso al cuerpo docente de Catedráticos y Catedráticas de Universidad en el área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de La Laguna, en el que D. Desiderio Gutiérrez Taño realizó su oposición.

La comisión evaluadora estuvo conformada por el Prof. D. José Manuel Hernández Mogollón (Catedrático de la Universidad de Extremadura), Prof. Dña. María Fuentes Blasco (Catedrática de la Universidad Pablo de Olavide) y Prof. D. Eduardo Parra López (Catedrático de la Universidad de La Laguna).



PILAR YUSTRES DURO, NUEVA DOCTORA DE LA UNIVERSIDAD CAMILO JOSÉ CELA

El pasado 12 de septiembre de 2025 tuvo lugar el acto de defensa de la Tesis Doctoral titulada "Usability, *corporate social responsibility and happiness in business*", de la que es autora la Dra. Pilar Yustres Duro y que ha sido dirigida por la Dra. Laura Melendo Rodríguez-Carmona de la Universidad Camilo José Cela, y por el Dr. Pedro Cuesta Valiño de la Universidad de Alcalá.

El Tribunal evaluador estuvo formado por el Dr. Mario Arias Oliva (Catedrático de la Universidad Complutense de Madrid) como presidente, la Dra. África Presol Herrero (Universidad Camilo José Cela) como secretaria, y los doctores Azucena Penelas Leguía (Titular de Universidad de Alcalá), Rafael Ravina Ripol (Profesor Asociado de la Universidad de Cádiz) y Orlando Lima Rua (Politécnico de Oporto).

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**.