BOLETÍN DE OCTUBRE DE 2026

NUESTRA ASOCIACIÓN



1º EDICIÓN DEL RETO DE MARKETING SOCIAL 2026/27

Tal y como se anunció en la Asamblea de AEMARK celebrada durante el XXXVII Congreso Internacional de Marketing, desde la Asociación estamos muy ilusionados por poner en marcha la **primera edición del Reto de Marketing Social AEMARK**, una iniciativa que nace con el objetivo de generar concienciación y promover el uso del marketing en beneficio de la sociedad.

El **Reto de Marketing Social AEMARK** consiste en un concurso en el que los participantes competirán desarrollando una propuesta de marketing vinculada a un proyecto u organización relacionada con una causa social. En esta primera edición, correspondiente al **curso académico 2026/2027**, el reto se desarrollará en colaboración con **Entreculturas**, ONG de cooperación internacional y educación para la ciudadanía global que trabaja por el derecho a la educación y por la construcción de sociedades más justas e inclusivas. El objetivo planteado consiste en **diseñar un programa de marketing social orientado a fortalecer las redes entre iguales**. El *brief* completo de la organización estará disponible un poco más adelante en la web de AEMARK, en el apartado Seminario y Actividades.

El reto permanecerá abierto durante el curso académico para que los **profesores y profesoras interesados/as puedan incorporarlo a sus asignaturas tanto de primer como de segundo cuatrimestre**. Podrá participar cualquier estudiante matriculado en **3.º o 4.º curso de Grado o en Másteres oficiales en los que se cursen asignaturas de marketing en universidades españolas**. La participación se realizará en **grupos de entre 3 y 5 estudiantes** y podrá presentarse **un grupo por asignatura**. Asimismo, desde AEMARK se facilitará a los docentes participantes una **guía detallada para orientar el desarrollo del programa de marketing social**,

con indicaciones sobre su estructura, contenidos y principales elementos a trabajar con el alumnado.

La selección de los grupos finalistas se desarrollará en dos fases. En una **primera selección**, cada profesor/a que haya trabajado el reto con sus estudiantes podrá proponer un máximo de un grupo. Posteriormente, se realizará una **selección final a nivel nacional de un máximo de tres grupos**, de los cuales como máximo dos podrán pertenecer a una misma universidad. Los grupos finalistas **presentarán su propuesta y un jurado elegirá la propuesta ganadora**.

Los profesores y profesoras interesados/as en participar pueden ponerse en contacto con la Asociación a través de **retomktsocial@aemark.org**, donde se les facilitará **información más detallada sobre el desarrollo del reto** y sobre la **sesión informativa y de preguntas y respuestas prevista para finales de año**.

Desde AEMARK esperamos contar con vuestra participación y que esta primera edición sea todo un éxito.

BREAKING NEWS

CALL de REVISTAS



CALL FOR PAPERS – ARTS AND THE MARKET: CONSUMPTION TRENDS OF CULTURAL AND CREATIVE PRODUCTS IN "PHYGITAL" CONTEXTS

The journal *Arts and the Market*, published by Emerald Publishing, invites submissions for the Special Issue **"Consumption Trends of Cultural and Creative Products in 'Phygital' Contexts"**, which aims to explore emerging consumption trends in cultural and creative products and services within environments that integrate physical and digital experiences.

Guest edited by **Elisa Salvador (ESSCA School of Management, France) and Carmen Pérez-Cabañero (University of Valencia, Spain)**, this Special Issue seeks to advance understanding of consumer behaviour in the cultural and creative industries. Particular attention is given to the role of artificial intelligence, immersive technologies, sustainability, and the economic, psychological, social, and technological factors shaping consumption decisions.

The call welcomes **theoretical, conceptual, and empirical contributions**, including qualitative and quantitative studies, as well as case studies offering new insights into cultural consumption across different geographical and social contexts.

The deadline for manuscript submissions is 15 February 2027. Manuscripts should be submitted through the ScholarOne platform, selecting the relevant Special Issue.

More information: https://www.emerald.com/aam/calls-for-submissions/1984/Consumption-trends-of-Cultural-and-Creative

CURSOS



NUEVOS CURSOS DE INSIGHTS + ANALYTICS SOBRE INTELIGENCIA ARTIFICIAL APLICADA A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

La asociación **Insights + Analytics (I+A)** anuncia dos nuevos cursos de formación online centrados en la aplicación de la inteligencia artificial a la investigación cualitativa y al análisis de mercados, que se celebrarán durante el mes de noviembre de 2026.

El primero, **"IA Agéntica aplicada a la Investigación Cualitativa: del Project al Informe"**, tendrá lugar los días **3 y 4 de noviembre**, impartido por **Alejandra Borcel, CEO de Idea Solutions**. El curso abordará, desde una perspectiva práctica, la utilización de herramientas como Claude y ChatGPT en las distintas fases de una investigación cualitativa, desde la configuración de proyectos y el análisis de transcripciones hasta la automatización de tareas mediante agentes de IA y la elaboración de informes de resultados.

El segundo curso, **"Machine Learning y Sistemas Agénticos Aplicados a la Investigación de Mercados y Marketing"**, se celebrará los días **17, 18, 23 y 24 de noviembre, de 17:00 a 19:30 horas**, y será impartido por **Ramón Alberto Carrasco (Universidad Complutense de Madrid – D3MOS)**. Esta formación, de nivel introductorio, se centrará en la aplicación de técnicas de *machine learning*, inteligencia artificial explicable (XAI) y grandes modelos de lenguaje (LLMs) para el análisis de mercados, la construcción de modelos predictivos y la transformación de resultados en estrategias de marketing.

Los socios y socias de AEMARK pueden beneficiarse de la misma cuota que los socios y socias de I+A.

Más información e inscripciones: https://ia-espana.org/wp-content/uploads/2026/10/IA-en-marcha-formacion-2026-271026-2.html

OTROS

Universitat de les Illes Balears | Departament d'Economia de l'Empresa

The Department of Business Economics at the University of Balearic Islands in Spain invites applications for full-time faculty positions at the level of tenure track Assistant or Associate Professor in **Business Economics, Management, Finance, Marketing, and Accounting**. To be considered for the position, candidates must have completed their PhD with a dissertation in one of the areas listed above by the end of May 2027.

Our department is growing and seeking talented applicants with a strong potential for research excellence and high-quality teaching at both the graduate and the undergraduate levels, mainly in Business Administration and Tourism Management. Additional information about the department is available on our website at http://dee.uib.eu. Since most teaching in the University is either in Spanish or in Catalan, the ability to teach in at least one of these languages is expected after two years.

Open positions are to begin in September 2027.

Application procedure:

Applications should include:

1. A cover letter specifying the selected area of interest;

2. Curriculum vitae;

3. Job market paper;

4. Two letters of recommendation.

Applications must be submitted electronically at https://econjobmarket.org/positions/12847

We will begin conducting virtual interviews in mid-December 2026. Please specify the position you are applying for by selecting “Business Economics”, “Management”, “Finance”, “Marketing”, or “Accounting” in your primary field. Short-listed candidates will be invited to give a seminar in the department.

Application deadline: December 5th, 2026

For further information, please email Eduard Alonso at eduard.alonso@uib.es



Número 55 EMK News

Os comunicamos que ya está disponible el número 55 de la revista EMK News. Este nuevo número tiene como título “Citymarketing” y aborda el papel del marketing en la construcción de la identidad, el posicionamiento y la competitividad de las ciudades, incluyendo experiencias y casos prácticos como los de Dénia y Murcia.

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.

El próximo número (56) estará dedicado a "Marketing e IA”, y el número 57 a “Marketing y Turismo”, donde todavía están buscando a personas para confeccionarlo, por si conocéis a algún experto/a que esté interesado/a en escribir.

Esperamos que esta información sea de vuestro interés.

RECONOCIMIENTOS Y PREMIOS A LOS SOCIOS DE AEMARK

SEBASTIÁN MOLINILLO HA SIDO DISTINGUIDO CON EL PREMIO DE LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA A LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO



El profesor Sebastián Molinillo recibió el 26 de octubre el Premio de la Universidad de Málaga a la Transferencia de Conocimiento, que busca promover e incentivar las relaciones entre el mundo científico y el tejido empresarial.

Estos galardones, gestionados a través del Vicerrectorado de Transferencia, Emprendimiento y Empresa, tienen como objetivo principal premiar al personal investigador que destaca por actividades de transferencia con un alto grado de impacto y reconocimiento social.

El acto de entrega estuvo presidido el rector, Teodomiro López, acompañado por el vicerrector de Transferencia, Emprendimiento y Empresa, Juan Carlos Rubio, y la vicerrectora adjunta de Transferencia e Innovación, Carmen Pardo.

El profesor Molinillo, catedrático del Departamento de Organización de Empresas y Marketing, obtuvo el galardón en la modalidad de Ciencias Sociales y Jurídicas y Arte y Humanidades. De su candidatura se ha destacado una trayectoria de transferencia centrada en conectar la investigación en marketing, comportamiento del consumidor, transformación digital y analítica avanzada con empresas, administraciones e instituciones.

En los últimos cinco años ha impulsado contratos, convenios y cátedras con entidades como El Corte Inglés, EMT Málaga, la Junta de Andalucía, ayuntamientos y asociaciones empresariales. Su actividad ha contribuido a orientar decisiones públicas en comercio, movilidad y turismo, desarrollar estrategias empresariales basadas en datos, formar talento y consolidar estructuras estables de colaboración universidad-empresa.



CARMEN PÉREZ CABAÑERO, NUEVA CATEDRÁTICA DE LA UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

El pasado 28 de septiembre 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 Facultat d'Economia de la Universitat de València, en el que obtuvo la plaza la Profa. Dr. Carmen Pérez Cabañero.

La comisión evaluadora estuvo formada por la Prof.ª Dra. Natalia Vila López (Catedrática de la Universitat de València), como presidenta; el Prof. Dr. Joaquín Aldás Manzano (Catedrático de la Universitat de València), como secretario; y los/as Prof. Dres. Juan Carlos Gázquez Abad (Catedrático de la Universidad de Almería), Miguel Ángel Moliner Tena (Catedrático de la Universitat Jaume I) y Ana Díaz Martín (Catedrática de la Universidad Autónoma de Madrid), como vocales.



RAFAEL ANAYA SÁNCHEZ, NUEVO CATEDRÁTICO DE LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

El pasado 1 de octubre 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 Málaga, en el que obtuvo la plaza el Prof. Dr. Rafael Anaya Sánchez.

La comisión evaluadora estuvo formada por la Prof.ª Dra. María del Carmen Jambrino Maldonado (Catedrática de la Universidad de Málaga), como presidenta; el Prof. Dr. Ángel Francisco Villarejo Ramos (Catedrático de la Universidad de Sevilla), como secretario; y la Prof.ª Dra. Alicia Cándida Blanco González (Catedrática de la Universidad Rey Juan Carlos), la Prof.ª Dra. Sara Campo Martínez (Catedrática de la Universidad Autónoma de Madrid) y el Prof. Dr. Luis Vicente Casaló Ariño (Catedrático de la Universidad de Zaragoza), como vocales.



PEDRO CANALES RONDA, NUEVO PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD DE LA UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

El pasado 1 de octubre de 2026 tuvo lugar el concurso de acceso al cuerpo docente de Profesores y Profesoras Titulares de Universidad del área de conocimiento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universitat de València en el que obtuvo la plaza el Prof. Dr. Pedro Canales Ronda.

La comisión evaluadora estuvo formada por el Prof. Dr. José Enrique Bigné Alcañiz (Catedrático de la Universitat de València) como presidente; la Profª. Dra. Carmen Pérez Cabañero (Catedrática de la Universitat de València) como secretaria; y los/as Prof. Dres. Juan Sánchez Fernández (Catedrático de la Universidad de Granada), Ana Luisa Reyes Menéndez (Catedrática de la Universidad Rey Juan Carlos) y Sergio Román Nicolás (Catedrático de la Universidad de Murcia) como vocales.



FRANCISCO REJÓN GUARDIA, NUEVO CATEDRÁTICO DE LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

El pasado 14 de octubre de 2026 tuvo lugar el concurso de acceso al cuerpo de Catedráticos y Catedráticas de Universidad del área de conocimiento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Málaga, en el que obtuvo la plaza el Prof. Dr. Francisco Rejón Guardia.

La comisión evaluadora estuvo formada por la Prof.ª Dra. María Pilar Alarcón Urbistondo, como presidenta, y la Prof.ª Dra. María Carmen Jambrino Maldonado, como secretaria, ambas Catedráticas de la Universidad de Málaga. Actuaron como vocales los profesores doctores Ángel Herrero Crespo (Catedrático de la Universidad de Cantabria), Juan Antonio Mondéjar Jiménez (Catedrático de la de la Universidad de Castilla-La Mancha), y Manuel Parras Rosa (Catedrático de la Universidad de Jaén).



ALBERTO BADENES ROCHA, NUEVO PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD DE LA UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

El pasado 15 de octubre de 2026 tuvo lugar el concurso de acceso al cuerpo docente de Profesores y Profesoras Titulares de Universidad del área de conocimiento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universitat de València en el que obtuvo la plaza el Prof. Dr. Alberto Badenes Rocha.

La comisión evaluadora estuvo formada por la Profª. Dra. Natalia Melania Vila López (Catedrática de la Universitat de València) como presidenta; el Prof. Dr. Antonio Carlos Cuenca Ballester (Profesor Titular de la Universitat de València) como secretario; y los/as Prof. Dres. Francisco José Sarabia Sánchez (Catedrático de la Universidad Miguel Hernández), Alicia Cándida Blanco González (Catedrática de la Universidad Rey Juan Carlos) y Luis José Callarisa Fiol (Profesor Titular de la Universitat Jaume I) como vocales.

Recordatorio envío de 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.org 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

Copyright © AEMARK. Asociación Española de Marketing Académico y Profesional

Dirección postal:
Asociación Española de Marketing Académico y Profesional
Campus Universitario de Espinardo
Espinardo. Murcia, Murcia 30100
Spain