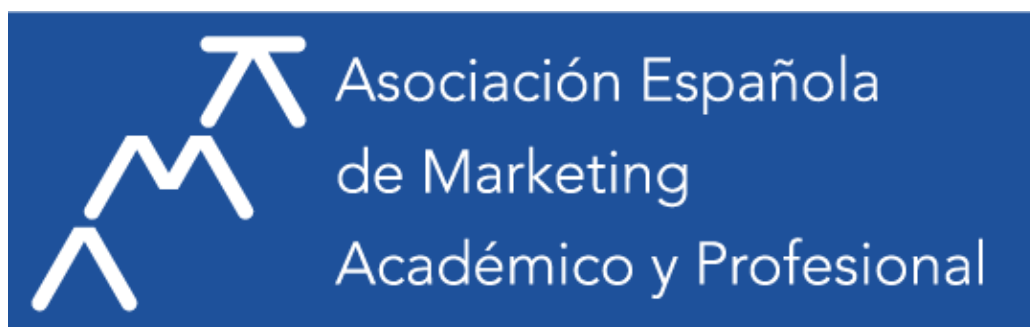




Estimados compañeros/socios de AEMARK,

Con este boletín de julio 2020 os hacemos llegar información sobre:

- Convocatoria de la Asamblea General Ordinaria AEMARK 2020
- Premio AEMARK al Mejor Artículo publicado en Spanish Journal of Marketing-ESIC
- Publicada la definición de Marketing de AEMARK en nuestra web
- Éxitos de nuestros compañeros: Nombramientos

Un saludo y feliz verano,
Ángel Herrero Crespo



Convocatoria de la Asamblea General AEMARK 2020 que se celebrará telemáticamente

El presidente y la junta directiva han convocado la ASAMBLEA GENERAL ordinaria de la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK) que se celebrará el miércoles 9 de septiembre de 2020, a las 11:00 h en primera convocatoria y a las 11:30 h en segunda. Dada la cancelación del Congreso Internacional de Marketing AEMARK y las medidas de distanciamiento social existentes, la Asamblea General se realizará de forma virtual.

Orden del Día:

1. Aprobación del Acta de la Asamblea anterior
2. Presentación, discusión y aprobación de las actividades desarrolladas (Informe de Gestión)
 - 2.1. Relaciones Internacionales e Institucionales (Convenios de colaboración y cooperación con el sector empresarial, y relaciones internacionales)
 - 2.2. Seminarios y actividades de apoyo a la docencia e investigación
 - 2.3. Premios AEMARK

- 2.4. Acciones de comunicación de AEMARK (página web, red social, boletín mensual y boletín empresarial)
- 2.5. Spanish Journal of Marketing-ESIC
- 2.6. Información sobre el Congreso Internacional de Marketing AEMARK
3. Aprobación de las cuentas del presente ejercicio, cuota del próximo y auditoría de cuentas
4. Asuntos de trámite
5. Ruegos y preguntas
6. Elección de la nueva Junta Directiva de AEMARK

A principios de septiembre se remitirán las instrucciones a las/los socias/os de AEMARK para participar en la Asamblea General de forma remota. Esperamos vuestra asistencia y participación.



PREMIO AEMARK AL MEJOR ARTÍCULO PUBLICADO EN SPANISH JOURNAL OF MARKETING-ESIC

Aunque lamentablemente no pueda celebrarse el congreso de Jaén, el día 9 de septiembre está previsto que se anuncie el ganador del Premio al mejor artículo publicado en 2018 en Spanish Journal of Marketing-ESIC. En esta décima edición, se concederá el **premio** que incluye un **diploma acreditativo** y una remuneración de **1.500 €**, dotados por AEMARK.

Como viene siendo tradicional, la **elección del mejor artículo** se realizará atendiendo a la **repercusión** de cada trabajo en la **literatura posterior** (Web of Science, SCOPUS, Google Scholar), y al **interés** e implicaciones para la **disciplina de marketing**, originalidad e innovación, uso apropiado de la metodología y calidad de la revisión de la literatura de los trabajos.

Los trabajos candidatos al premio, publicados en 2018, son los siguientes:

2018 Volume 22, Issue 1

- Herrando, C., Jimenez-Martinez, J. and Martin de Hoyos, M.J. (2018), "Surfing or flowing? How to retain e-customers on the internet", *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 22 (1), 2-21.
- Castañeda García, J.A., Del Valle Galindo, A. and Martínez Suárez, R. (2018), "The effect of online and offline experiential marketing on brand equity in the hotel sector", *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 22(1), 22-41.
- Aragoncillo, L. and Orus, C. (2018), "Impulse buying behaviour: an online-offline comparative and the impact of social media", *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 22(1), 42-62.
- Mosquera, A., Olarte-Pascual, C., Juaneda Ayensa, E. and Sierra Murillo, Y. (2018), "The role of technology in an omnichannel physical store: Assessing the moderating effect of gender", *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 22 (1), 63-82.
- Iglesias, V., De la Ballina, F.J. and Caso, L. (2018), "Investment decisions on quality certifications by hotel chains: differences between ex-ante and ex-post decisions", *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 22(1), 83-102.
- Beerli-Palacio, A. and Martín-Santana, J.D. (2018), "Cultural sensitivity: an antecedent of the image gap of tourist destinations", *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 22(1), 103-118.

2018 Volume 22, Issue 2

- Rialti, R., Caliendo, A., Zollo, L. and Ciappei, C. (2018), "Co-creation experiences in social media brand communities: Analyzing the main types of co-created experiences", *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 22(2), 122-141.
- Serra-Cantalops, A., Ramon-Cardona, J. and Salvi, F. (2018), "The impact of positive emotional experiences on eWOM generation and loyalty", *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 22(2), 142-162.
- Rodríguez-Ricardo, Y., Sicilia, M. and López, M. (2018), "What drives crowdfunding participation? The influence of personal and social traits", *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 22(2), 163-182.
- Ruiz-Real, J.L., Gázquez-Abad, J.C., Esteban-Millat, I. and Martínez-López, F.J. (2018), "Betting exclusively by private labels: could it have negative consequences for retailers?", *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 22(2), 183-202.
- Kumar, A. (2018), "Story of Aaker's brand personality scale criticism", *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 22(2), 203-230.
- Coves Martínez, A.L., Sabote-Ortiz, C.M. and Rey-Pino, J.M. (2018), "The influence of cultural intelligence on intention of internet use", *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 22(2), 231-248.

2018 Volume 22, Special Issue: New challenges in brand management

- Veloutsou, C. and Delgado-Ballester, E. (2018), "New challenges in brand management", *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 22(3), 254-271.
- Giovanis, A. and Athanasopoulou, P. (2018), "Understanding lovemark brands: Dimensions and effect on Brand loyalty in high-technology products", *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 22(3), 272-294.
- Jain, V., Chawla, M., Ganesh, B.E. and Pich, C. (2018), "Exploring and consolidating the brand personality elements of the political leader", *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 22(3), 295-318.
- Rather, R.A., Tehseen, S. and Parrey, S.H. (2018), "Promoting customer brand engagement and brand loyalty through customer brand identification and value congruity", *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 22(3), 319-337.
- Mostafa, R.H.A. and Elseidi, R.I. (2018), "Factors affecting consumers' willingness to buy private label brands (PLBs): Applied study on hypermarkets", *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 22(3), 338-358.
- Sarantidou, P.P. (2018), "Store brand adoption and penetration explained by trust", *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 22(3), 359-376.

Carlos Flavián

[Editor SJM-ESIC](#)



Publicada la definición de Marketing de AEMARK (2018) en nuestra web

En 2018 AEMARK propuso una nueva definición del marketing a la Real Academia Española:

Marketing como actividad:

Conjunto de procesos que incluyen (i) identificar las necesidades de los públicos de interés de una organización lucrativa o no lucrativa; (ii) crear, comunicar, distribuir e intercambiar ofertas que tienen valor para clientes actuales y potenciales, socios y la sociedad en general.

Marketing como ciencia:

Ciencia que estudia los comportamientos y los procesos de creación y desarrollo de relaciones derivados del intercambio de ofertas de valor entre personas, organizaciones y sociedad, en general.

Estas definiciones son el resultado de un proceso participativo entre los socios de AEMARK. Una comisión de expertos valoró las 22 propuestas recibidas y llegó a una definición consensuada que fue elevada a la Real Academia de la Lengua Española en 2018. Esta solicitud está siendo estudiada y todavía no ha recibido una confirmación por parte de la RAE. La comisión estuvo formada por Miguel Santesmases Mestre (Presidente), Enrique Bigné Alcañiz, Carlos Flavián Blanco, Teodoro Luque Martínez, Rodolfo Vázquez Casielles y María Jesús Yagüe Guillén.

Desde este mes están disponibles para su uso y mención por parte de todo aquel que lo desee en la web de AEMARK: <https://aemark.org/index.php/es-es/>

RECONOCIMIENTOS Y PREMIOS A LOS SOCIOS DE AEMARK

M^a del Carmen Alarcón del Amo, nueva Profesora Titular del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Murcia

El martes 28 de julio tuvo lugar el acto de defensa de la plaza de Profesora Titular de Universidad del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Murcia por parte de la profesora M^a del Carmen Alarcón del Amo. La Comisión evaluadora estuvo formada por los profesores Salvador Ruíz de Maya (Universidad de Murcia), Elena Delgado Ballester (Universidad de Murcia), Carlota Romero Lorenzo (Universidad de Castilla la Mancha), Josep Rialp Criado (Universidad Autónoma de Barcelona) y Samuel Baixauli Soler (Universidad de Murcia).



REDES SOCIALES



Carlos Orús Sanclemente, nuevo Profesor Titular del Departamento de Dirección de Marketing e Investigación de Mercados de la Universidad de Zaragoza. Enhorabuena a @CarlosOrusTT!!!

<https://www.facebook.com/AEMARKSPAIN/photos/a.2726205907393507/3633037620043660/?type=3>

Manuel Rey Moreno, nuevo Catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Sevilla. Enhorabuena!!!

<https://www.facebook.com/AEMARKSPAIN/photos/a.2726205907393507/3609476859066403/?type=3>

Special Issue del @SJM_ESIC bajo el título "Multicultural Marketing: Managing Ethnic Identities and Cultural Groups". Más información en <https://buff.ly/2W2g9sC>

<https://www.facebook.com/AEMARKSPAIN/photos/a.2726205907393507/3606534296027326/?type=3>

Nuevo índice de Scopus de 2019 para el @SJM_ESIC (CiteScore 2019 = 3.4; SJR 2019 = 0.51). Muchas gracias a todos los que colaboráis día a día con la revista.

<https://twitter.com/AEMARK/status/1282579520072097794>

Manuel Rey Moreno, nuevo Catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Sevilla. Enhorabuena!!!

<https://twitter.com/AEMARK/status/1285495214396903424>

Carlos Orús Sanclemente, nuevo Profesor Titular del Departamento de Dirección de Marketing e Investigación de Mercados de la Universidad de Zaragoza. Enhorabuena a

@CarlosOrusTT!!!

<https://twitter.com/AEMARK/status/1288375974950830081>

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.es



Facebook



Twitter



Página Web

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

[unsubscribe from this list](#) [update subscription preferences](#)