



Estimados compañeros/socios de AEMARK,

Con este boletín de enero 2019 os hacemos llegar información sobre:

- Gran acogida de los Seminarios AEMARK de investigación y docencia
- Fechas clave del XXXI Congreso Internacional de Marketing AEMARK Cáceres 2019
- Inclusión del CiteScore Tracker en la portada de la revista SJM-ESIC
- Key speakers ponentes en AIRSI2019
- Call for papers Congreso EAERCD19 (extended deadline)

Un saludo,
Ángel Herrero Crespo



GRAN ACOGIDA DE LOS SEMINARIOS AEMARK 2019

Como es tradición en AEMARK, los pasados días 17 y 18 de enero se celebraron dos seminarios de interés para nuestros socios en la Universidad Autónoma de Madrid. En primer lugar, el seminario de docencia abordó la aplicación de metodologías participativas para la docencia en marketing, y el seminario de investigación trató sobre la aplicación de métodos neurocientíficos al ámbito del marketing.

Las plazas para estos seminarios se agotaron rápidamente, asistiendo más de medio centenar de profesores, procedentes de gran parte de las universidades españolas, desde becarios de investigación a catedráticos de universidad.

La mañana del jueves 17 de enero comenzó con el seminario titulado “Metodologías participativas de docencia en marketing: Flipped classroom y otras técnicas de aprendizaje cooperativo”, impartido por Andrea Pérez de la Universidad de Cantabria. Durante las dos horas que duró el seminario pudimos aprender de la aplicación de distintas técnicas para mejorar la participación en el aula y fomentar la innovación en la docencia en marketing.

Por su parte, el lunes 17 por la tarde María López de Bitbrain fue la encargada de impartir el seminario sobre neuromarketing y las distintas técnicas existentes para la investigación en marketing, abordando sus ventajas y limitaciones. Esa misma tarde el profesor Jesús García de Madariaga de la Universidad Complutense de Madrid nos habló sobre la aplicación de la electroencefalografía al estudio del comportamiento del consumidor.

Durante la mañana del viernes 18 de enero contamos con cuatro presentaciones. La primera de ellas trató sobre la resonancia magnética funcional (fMRI) y fue impartida por Juan Sánchez de la Universidad de Granada y Luis Alberto Casado de la Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA). En la segunda sesión de la mañana, impartida por Inés Kuster y Natalia Vila de la Universidad de Valencia, pudimos ver un estudio en el que se aplicó el pulsómetro como herramienta de neuromarketing para analizar envases. Tras la pausa café, continuamos con el profesor Enrique Bigné de la Universidad de Valencia que nos presentó una serie de estudios sobre la aplicación del eye tracking y el reconocimiento facial en el ámbito de la publicidad y la distribución. Para finalizar, Carlos Flavián de la Universidad de Zaragoza expuso cómo ha utilizado la neurociencia en uno de sus estudios para la identificación de anuncios con alto y bajo arousal.

Desde AEMARK queremos agradecer tanto a los ponentes como a todos los participantes su presencia e interés en los dos seminarios desarrollados. Estamos muy satisfechos por la respuesta que han tenido y esperamos que sean de utilidad en el desarrollo de vuestras actividades docentes e investigadoras.

¡¡Muchas gracias a todos, como siempre, por vuestra confianza en las actividades de AEMARK!!





XXXI CONGRESO INTERNACIONAL DE MARKETING AEMARK19



Los próximos días 11, 12 y 13 de septiembre de 2019 se celebrará el XXXI Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2019 en Cáceres, organizado por los profesores del Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Extremadura (UEX) y la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional AEMARK. Éstas son las fechas clave:

AEMARK'19	
4 Marzo	Apertura de la plataforma web para el envío de ponencias, trabajos en curso, tesis en curso y pósteres Opening of the web platform to send papers, publications in production, theses in progress and posters
4 Mayo	Fecha límite para el envío de ponencias, trabajos en curso, tesis en curso (Doctoral Colloquium) y pósteres Deadline for sending papers, publications in production, thesis in progress (Doctoral Colloquium) and posters
19 Mayo	Fecha límite para el envío de Tesis Doctorales Deadline for sending Doctoral Theses
5 Junio	Fecha de comunicación de trabajos aceptados Notification to authors of accepted papers
15 Junio	Fecha límite de inscripción con cuota reducida Early registration deadline with reduced fee
11-13 Septiembre	Celebración del XXXI Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2019 Celebration of the XXXI AEMARK International Marketing Conference 2019

SPANISH JOURNAL OF MARKETING ESIC NEWS

Asociación Española de Marketing Académico y Profesional

Estimad@s compañer@s,

Estrenamos 2019 con la inclusión del CiteScoreTracker en la portada de la revista. El nivel que presenta este índice es realmente destacable. Este dato sin duda será un argumento de peso para poder conseguir el índice de Clarivate Analytics (la nueva organización responsable del antiguo índice de Thomson Reuters).



Spanish Journal of Marketing - ESIC
ISSN: 2444-9709

OPEN ACCESS JOURNAL

Content: Table of Contents
Information: Journal information | Editorial Team | Author Guidelines

This journal is owned by ESIC Business & Marketing School, AEMARK (Asociación Española de Marketing Académico y Profesional), & delivered by Emerald Publishing Services







CiteScoreTracker 2018: **2.22** (Updated Monthly)

Debemos destacar que en el año 2018 consolidamos la tendencia ya iniciada en 2017 y conseguimos publicar tres números con 6 artículos cada uno. Un ambicioso objetivo que establecimos en 2016 y hemos conseguido gracias al apoyo de todos los socios y simpatizantes.

Quiero aprovechar la buena marcha de la revista para animaros a que nos enviéis vuestros trabajos y que

sigáis descargando, leyendo y citando los interesantes trabajos que se han publicado en 2018.
Muchas gracias a tod@s

Carlos Flavian
Editor de SJM-ESIC

Table Of Contents: Volume 22 Issue 3

- [Guest editorial](#)
- [Understanding lovemark brands: Dimensions and effect on Brand loyalty in high-technology products](#)
- [Exploring and consolidating the brand personality elements of the political leader](#)
- [Promoting customer brand engagement and brand loyalty through customer brand identification and value congruity](#)
- [Factors affecting consumers' willingness to buy private label brands \(PLBs\): Applied study on hypermarkets](#)
- [Store brand adoption and penetration explained by trust](#)

Table Of Contents: Volume 22 Issue 2

- [Co-creation experiences in social media brand communities: Analyzing the main types of co-created experiences](#)
- [The impact of positive emotional experiences on eWOM generation and loyalty](#)
- [What drives crowdfunding participation? The influence of personal and social traits](#)
- [Betting exclusively by private labels: could it have negative consequences for retailers?](#)
- [Story of Aaker's brand personality scale criticism](#)
- [The influence of cultural intelligence on intention of internet use](#)

Table Of Contents: Volume 22 Issue 1

- [Surfing or flowing? How to retain e-customers on the internet](#)
- [The effect of online and offline experiential marketing on brand equity in the hotel sector](#)
- [Impulse buying behaviour: an online-offline comparative and the impact of social media](#)
- [The role of technology in an omnichannel physical store: Assessing the moderating effect of gender](#)
- [Investment decisions on quality certifications by hotel chains: differences between ex-ante and ex-post decisions](#)
- [Cultural sensitivity: an antecedent of the image gap of tourist destinations](#)

**SEMINARIOS Y CONGRESOS
ORGANIZADOS POR SOCIOS**

 Asociación Española
de Marketing
Académico y Profesional

Key Speakers en Artificial Intelligence & Robotics in Service Interactions (AIRSI2019)

AIRSI2019 (Artificial Intelligence & Robotics in Service Interactions: trends, benefits and challenges) pretende avanzar en el análisis y la comprensión de cómo el uso progresivo de formas automatizadas de interacción en los servicios (por ej., Inteligencia Artificial, robots, chatbots, etc.) está afectando a las percepciones, preferencias y elecciones finales de los clientes. Será una gran oportunidad para la

interacción e intercambio de ideas entre especialistas que permitirá mejorar notablemente las propuestas iniciales. Se espera recibir trabajos en diferente estado de desarrollo, desde artículos completamente terminados hasta trabajos que resumen ideas embrionarias.

Keynote Speakers:

Se ha confirmado la presencia de grandes especialistas al workshop que impartirán interesantes conferencias y moderarán diversas sesiones motivando la interacción. Entre estos conferenciantes destacan:

- **Roland T. Rust** (University of Maryland): Ha sido editor de Journal of Marketing; Journal of Service Research and International Journal of Research in Marketing. Ha ganado el premio al mejor artículo en cinco revistas distintas, incluyendo Journal of Marketing.
- **Linda D. Hollebeek** (NHH Norwegian School of Economics): Editora invitada del número especial de Journal of Service Research Special Issue "Rise of the Machines? Customer Engagement through Automated Service Interactions". Linda recibió el premio de Emerald de excelencia por sus altas citas en 2016, el Premio al mejor artículo en 2015 y diversos premios más.

Los participantes que estén interesados podrán enviar sus trabajos al número especial que será publicado en The Service Industries Journal en 2020 con el título "Automated forms of interaction in services: current trends, benefits and challenges". De hecho, la participación en AIRSI2019 se considera parte del proceso de envío. En el workshop se espera que se establezca un interesante debate y se fijen con más detalle las líneas generales de este número especial.

Posibles Contribuciones: Trabajos teóricos y empíricos (cuantitativos o cualitativos).

Tipos de contribuciones: Resúmenes ampliados (1.000 palabras), trabajos en curso (4.000 palabras), y trabajos completos (6.000 palabras)

Fechas clave (AIRSI2019):

- Fecha límite de envío: 1 de abril de 2019
- Comunicación de aceptaciones: 15 de abril de 2019
- Inscripción anticipada (295 €) 15 Mayo 2019
- Celebración del workshop: 8-9 de julio de 2019

Más información: AIRSI <https://eventos.unizar.es/go/AIRSI2019>

Contacto: cflavian@unizar.es



CALL FOR PAPERS EAERCD19 (EXTENDED DEADLINE)

The University of Zaragoza is proud to host the 20th International Conference on Research in the Distributive Trades of the European Association for Education and Research in Commercial Distribution (EAERCD) that will take place on July 2nd-4th 2019.

The EAERCD was formed in 1990 to act as a contact point for academics involved in research and teaching in the distributive trade areas. The EAERCD biennial international research conference aims to stimulate discussion and to contribute to an international exchange of ideas, through presenting and

analyzing research and practical experience amongst researchers and practitioners within distributive trade.

Any work within the distributive trade areas is welcome. The best papers will be awarded and selected for publication in a special issue of the International Review of Retail, Distribution and Consumer Research (IRRDCR). Doctoral students may also participate by submitting their thesis in progress to our Doctoral Colloquium that will take place on July 2nd.

Paper submission deadline has been extended until February 15th 2019. Submission are due through eaercd2019.exordo.com. More information is available at the Conference website (eaercd19.unizar.es) and e-mail (eaercd@unizar.es).



REDES SOCIALES



Muchas gracias a todos los asistentes a los seminarios de #AemarkMad organizados por AEMARK.

<https://www.facebook.com/AEMARKSPAIN/posts/2433111173369650>

Clausura de los seminarios de docencia e investigación de #AemarkMad por el presidente de AEMARK Ángel Herrero Crespo de Universidad de Cantabria.

<https://www.facebook.com/AEMARKSPAIN/posts/2432458853434882>

Juan Sánchez Fernández @soyjuansanchez nuevo Catedrático de Universidad en el área de Comercialización e Investigación de Mercados de @CanalUGR.

<https://www.facebook.com/AEMARKSPAIN/photos/a.1022960504384731/2440050632675704>

Foto de familia del seminario de docencia "flipped classroom" en #AemarkMAD #Aemark

<https://twitter.com/AEMARK/status/1085887455239200768>

Arrancamos la mañana con la segunda sesión del seminario sobre neuromarketing en #AemarkMAD. Ana Isabel Rodríguez presenta a nuestros primeros ponentes @soyjuansanchez y @LuyCasado

<https://twitter.com/AEMARK/status/1086177300255830017>

Turno de Jesús García de Madariaga de @unicomplutense en seminario de neuromarketing de #AemarkMAD para hablar de electroencefalografía

<https://twitter.com/AEMARK/status/1085971137912283136>

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

Nota: Si desea modificar sus datos de contacto o darse de baja del boletín, pongase en contacto con nosotros: boletin@aemark.es

•