



Estimados compañeros/socios de AEMARK,

Espero que os encontréis todos bien, al igual que vuestras familias y seres queridos.

Como sabéis, nos encontramos en un momento de excepcional dificultad a nivel mundial y nacional por el Covid-19, al que AEMARK no es ajeno. No obstante, la actividad de la asociación continúa con toda la normalidad posible, siguiendo el lema **#AemarkTrabajaEnCasa**.

A pesar de la incertidumbre sobre la duración de esta crisis sanitaria, confiamos que la situación se normalice pronto y podamos desarrollar con normalidad las actividades de la asociación. En particular, desde AEMARK y el Comité Organizador seguimos trabajando en la organización del **XXXII Congreso Internacional de Marketing**, que se celebrará en Baeza (Jaén) del 9 al 12 de septiembre de 2020. En consecuencia, se mantiene la llamada a contribuciones y las fechas clave comunicadas en su día, si bien se establecerán las medidas oportunas para facilitar el envío de trabajos y las inscripciones, dadas las restricciones de movilidad existentes. Así mismo, estamos trabajando también en un plan de contingencia en el caso de que no fuera posible celebrar el congreso presencialmente, con el objetivo de que el esfuerzo realizado por los autores se vea reconocido adecuadamente.

Como muestra de que **#AemarkTrabajaEnCasa** a pesar de las circunstancias, con este boletín de marzo 2020 os hacemos llegar información sobre:

- Mensaje del Comité Organizador del XXXII Congreso Internacional de Marketing AEMARK Cáceres 2020
- #YoMeQuedoEnCasa, leyendo, citando y revisando SJM-ESIC
- Convocatoria Premio Tesis Doctoral de la Cátedra Iberoamericana 'Alejandro Roemmers' de Industrias Culturales y Creativas
- Call for papers: Special Issue Journal of Business Research
- Éxitos de nuestros compañeros: Tesis Doctoral y nombramiento

Mucha salud y ánimo para todos en estos días tan difíciles.

Un saludo,
Ángel Herrero Crespo

XXXII CONGRESO INTERNACIONAL DE MARKETING AEMARK2020



Estimados compañeros:

Como indica el Presidente de AEMARK en la carta introductoria a este boletín, tanto la Junta Directiva de AEMARK como el Comité Organizador del Congreso tenemos el convencimiento y el compromiso de continuar con la organización y celebración del **XXXII Congreso AEMARK**. Quizás acontecimientos futuros puedan incidir en nuestra decisión, pero no seremos nosotros los que impidamos el principal evento anual de nuestra asociación.

En este contexto, es importante la colaboración de todos, por lo que os animamos a finalizar y enviar vuestras contribuciones científicas, recordando que la fecha límite es el **26 de abril**. Asimismo, os rogamos que animéis a aquellos que recientemente han defendido su Tesis Doctoral a optar al premio que cada año otorga la Asociación en el congreso (fecha límite de envío **10 de mayo**). Dada la situación, el envío de la documentación será únicamente online, anulándose el requisito de envío de la Tesis impresa por correo ordinario (ver bases en: https://www.aemark.org/index.php/es-es/?option=com_content&view=article&id=514.)

También queremos recordaros que está abierta la convocatoria para el Doctoral Colloquium y para presentar candidaturas a las diferentes categorías de premios, que podéis consultar en los siguientes enlaces:

- Doctoral Colloquium: <http://www.aemarkcongresos.com/congreso2020/index.php/es/doctoral-colloquium-2>
- Premios AEMARK: <https://www.aemark.org/index.php/es-es/nosotros/premiosaemark>

Por nuestra parte, seguimos trabajando intensamente en la organización de las actividades científicas, académicas y sociales del congreso. En este sentido, nos gustaría destacar el atractivo de la sede, Baeza y de la vecina Úbeda, dos de las ciudades más monumentales de Andalucía, que tienen el reconocimiento de Patrimonio de la Humanidad. Trabajamos denodadamente para complementar el rigor científico del Congreso con un programa sociocultural atractivo, en el que el aceite de oliva, principal rasgo distintivo de la provincia de Jaén tendrá un papel destacado. Por tanto, os animamos a enviar vuestros trabajos y a reunirnos todos, este año con más ánimo e ilusión que nunca, en el XXXII Congreso Internacional de Marketing AEMARK.

Esperamos veros a todos en septiembre. Ánimo y un cordial saludo.

CONVOCATORIA DE AYUDAS PARA INVESTIGADORES LATINOAMERICANOS EN EL CONGRESO AEMARK 2020

Esta convocatoria pretende fomentar la asistencia y participación de investigadores latinoamericanos en el Congreso Internacional de Marketing AEMARK a celebrar en Baeza (Jaén) el próximo mes de septiembre (<http://www.aemarkcongresos.com/congreso2020>). Con esta finalidad, AEMARK ofrece la posibilidad de obtener una ayuda económica a los investigadores latinoamericanos que presenten las mejores ponencias o trabajos en curso.

Podrán optar a la ayuda autores que procedan y estén desarrollando actualmente su actividad investigadora en cualquier país latinoamericano. El autor que opte a la ayuda deberá acreditar su procedencia mediante pasaporte en vigor de un país latinoamericano. Cada una de las tres ayudas-bolsa de viaje ascenderá a un máximo de 500 euros.

El procedimiento para otorgar las ayudas se basará en la calidad del trabajo presentado, teniéndose en cuenta la originalidad del trabajo y la contribución al área de marketing. El veredicto corresponderá a un Jurado designado al efecto, integrado por tres investigadores de reconocido prestigio. La decisión se comunicará a los autores con antelación y se hará pública en el XXXII Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2020 a celebrar en Jaén en septiembre de 2020.

Gracias a este programa de ayudas, que se encuentra en su novena edición, hasta la fecha más de una veintena de investigadores latinoamericanos han podido beneficiarse de ayudas de viaje para su asistencia y participación en los congresos de AEMARK.

Bases completas disponibles en el siguiente enlace: https://www.aemark.org/index.php/es-es/?option=com_content&view=article&id=461



#YoMeQuedoEnCasa Leyendo, Citando y Revisando SJM-ESIC

#Yo me quedo en casa leyendo SJM-ESIC porque están publicando autores de primera talla internacional a los que merece la pena seguir, como **John Hulland** (Editor-in-Chief Journal of the Academy of Marketing Science) o **Brian T. Ratchford** (former Editor, Journal of Interactive Marketing). También están apareciendo trabajos de temáticas especialmente interesantes (online firestorms, influencers, user generated content, organic products attitudes, CSR, consumer engagement, omnichannel strategies, webrooming experiences, etc).

#Yo me quedo en casa Citando SJM-ESIC porque con el apoyo de todos los socios, será posible hacer que la revista se integre en los rankings internacionales de investigación más prestigiosos y siga avanzando posiciones en los que ya se encuentra. De hecho, **nuestro índice provisional de Scopus de 2019 es de**

3.16, lo cual supone un notable crecimiento desde el 2.35 que tuvimos en 2018. Cuando estos datos y otros muchos se materialicen será un gran orgullo y deberemos sentirnos muy satisfechos.

#Yo me quedo en casa revisando trabajos para SJM-ESIC porque el creciente posicionamiento de la revista ha disparado el número de manuscritos recibidos. Según nuestros cálculos este año **recibiremos más de 300 originales**. Todos debemos colaborar para seleccionar las mejores ideas y entre todos sacarles el máximo partido. Por eso queremos animaros a participar como revisores de la revista y optar al **Best Reviewer Award** que AEMARK concede al mejor revisor de los trabajos publicados en cada número de 2020 y recompensa con un diploma, un reconocimiento público y un premio en metálico de 500 €. Por favor, registraros en el siguiente enlace <https://forms.gle/HpcQg3A6JTvhq2Wu5>

Muchas gracias a todos por vuestra solidaridad al quedaros en casa y por aprovechar estos días de cuarentena apoyando a la revista de AEMARK.

Carlos Flavián
Editor SJM-ESIC



BREAKING NEWS



PREMIOS

Convocatoria del Premio a la Mejor Tesis Doctoral en Gestión de Industrias Culturales y Creativas de la Cátedra Iberoamericana 'Alejandro Roemmers' (Universidad Miguel Hernández)

La Cátedra Iberoamericana 'Alejandro Roemmers' de Industrias Culturales y Creativas fue creada en octubre de 2017 por la Universidad Miguel Hernández para fomentar la investigación, desarrollo y transferencia del conocimiento que pongan en valor la economía creativa; fomentar el emprendimiento, la gestión, la creatividad y la innovación de personas, empresas y/u organizaciones cuyo objetivo sea el desarrollo de iniciativas creativas y culturales; promover la importancia del sector cultural y creativo entre la Administración, asociaciones empresariales, organizaciones profesionales y sociedad en general; difundir el potencial de la cultura innovadora como factor de cohesión social y de desarrollo económico; poner a disposición de las Administraciones y entidades interesadas información solvente sobre las distintas ramas del sector cultural para que puedan elaborar estrategias y planes adecuados; y contribuir a la profesionalización de la gestión en actividades culturales y creativas.

Con este premio anual a la mejor Tesis Doctoral, la Cátedra Iberoamericana 'Alejandro Roemmers' de Industrias Culturales y Creativas pretende estimular la investigación al más alto nivel en el área de dirección y gestión de Industrias Culturales y Creativas. El plazo para la presentación de candidaturas será el

comprendido entre el 1 de marzo de y el 31 de mayo de 2020. La dotación del premio es de 2000 € y la tesis deberá presentarse en español o portugués.

Más información: <https://culturacreativaiberoamericana.edu.umh.es/2020/03/03/convocatoria-de-la-catedra-a-la-mejor-tesis-doctoral-en-gestion-de-industrias-culturales-y-creativas/>



CALL FOR PAPERS

Special Issue, Journal of Business Research: Leveraging User Behavior and Data Science Technologies for Management

Increased access to large amounts of freely available or proprietary data has created massive commercial opportunities nowadays, effectively becoming a key strategic capability for companies able to leverage them. The objective of this Special Issue is to invite novel research to fill the gaps in current business knowledge, while offering an integrative view of how data-driven decisions and user generated data impact current and future business practices. We welcome theoretical, empirical, conceptual and experimental studies that offer fresh and critical insights on the topic. We are open to a wide range of research methods as long as they are consistent with the aims and scope of the special issue.

The Special Issue accepts submissions that focus on - but are not limited - to:

- Identify best practices in leveraging and applying data science to inform marketing and management decision-making;
- Understand how can companies improve the use of user data (both UGC and UGB) to gain knowledge of peoples' behavior and needs;
- Analyze differences in the analysis of data generated from explicit (UGC) and implicit (UGB) user participation, e.g. how implicit, unintentional vs. explicit, voluntary data may impact differently in consumer decision-making; how these types of data may impact into or inform managerial decisions;
- Identify the technological, ethical or other challenges that impact implementation of data science technologies that unveil consumer digital behavior;
- Understand how traditional text-mining techniques are evolving from traditional sentiment to explore modal properties such as trust, commitment, etc. to gain a better understanding on users' perceptions and behavior;...

Generally, contributions have to be related - but not limited - to any of the topics outlined above and which clearly relate to UGC and UGB and data science for management using research approaches such as data mining, social network analysis, knowledge discovery, sentiment analysis, big data, machine learning approaches, Virtual Reality (VR), Augmented Reality (AR), Support Vector Machines (SVM), Digital Analytics, Big Data Analytics, Neuromarketing, etc.

The submission deadline is 31 Dec 2020.

More information: <https://www.journals.elsevier.com/journal-of-business-research/call-for-papers/leveraging-user-behavior-and-data-science-technologies>

RECONOCIMIENTOS Y PREMIOS A LOS SOCIOS DE AEMARK



Beñat Urrutikoetxea Arrieta nuevo doctor de la Universidad de Granada

El 6 de marzo de 2020 tuvo lugar la lectura de la tesis doctoral "Estudio del efecto de las opiniones de los influenciadores en el comportamiento de consumo de los seguidores" defendida por Beñat Urrutikoetxea Arrieta, en el marco del Programa de Doctorado de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Granada. Los directores han sido el Dr. Miguel Ángel Rodríguez Molina (Universidad de Granada) y el Dr. José Alberto Castañeda García (Universidad de Granada). El tribunal estuvo compuesto por el Dr. Teodoro Luque Martínez (Universidad de Granada), el Dr. Carlos Flavián Blanco (Universidad de Zaragoza), el Dr. Juan Miguel Rey Pino (Universidad de Granada), la Dra. Mariola Palazón Vidal (Universidad de Murcia) y la Dra. Manuela López Pérez (Universidad de Murcia).



Carmen Camarero, nueva Catedrática del Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Valladolid

El viernes 28 de febrero tuvo lugar el Concurso de Acceso a Plazas del Cuerpo de Catedráticos de Universidad en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Valladolid. La Comisión evaluadora estuvo formada por los profesores Jesús Gutiérrez Cillán (U. Valladolid), Ana Isabel Rodríguez Escudero (U. Valladolid), María José Sanzo Pérez (U. Oviedo), Juan Sánchez Fernández (U. Granada) e Inés Küster Boluda (U. Valencia). La Candidata propuesta fue la profesora María del Carmen Camarero Izquierdo (en el centro de la imagen), Directora de la Escuela de Doctorado de la UVA.



REDES SOCIALES



Ante la emergencia sanitaria del Covid-19 #AemarkTrabajaEnCasa

<https://www.facebook.com/AEMARKSPAIN/photos/a.2726205907393507/3273777539303005/?type=3&theater>

Consulta las bases de todos los premios convocados para el próximo XXXII Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2020 que se celebrará en Baeza (Jaén) los días 9, 10 y 11 de septiembre. Más información en la web: <https://buff.ly/2IDrrwu> #AEMARK2020

<https://www.facebook.com/AEMARKSPAIN/photos/a.2726205907393507/3275490422465050/?type=3&theater>

Anne Schmitz nueva doctora de la Universidad Autónoma de Madrid @UAM_Madrid. Enhorabuena a la nueva doctora y a sus directoras M^a Jesús Yagüe Guillén y Ana M^a Díaz Martín de la Universidad Autónoma de Madrid

<https://www.facebook.com/AEMARKSPAIN/photos/a.2726205907393507/3261150860565673/?type=3&theater>

Consulta las bases del Premio a la Mejor Ponencia de Investigación sobre “Estrategia y Gestión Global de Marca” de la Asociación de Marcas Renombradas Españolas @BrandsofSpain que se otorgará en #AEMARK2020 . Bases en: <https://buff.ly/2PSfXcn>
pic.twitter.com/PSCD9rFjCE

<https://twitter.com/AEMARK/status/1235838941929992196>

Consulta las bases de todos los premios convocados para el próximo XXXII Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2020 que se celebrará en Baeza (Jaén) los días 9, 10 y 11 de septiembre. Más información en la web: <https://buff.ly/2IDrrwu> #AEMARK2020

pic.twitter.com/BifMY6xKFe

<https://twitter.com/AEMARK/status/1240187691712512000>

Ante la emergencia sanitaria del Covid-19 #AemarkTrabajaEnCasa

<https://twitter.com/AEMARK/status/1239933308152283137>

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

Síguenos en:



Copyright © AEMARK. Asociación Española de Marketing Académico y Profesional

Dirección postal:

**Asociación Española de Marketing Académico y Profesional
Facultad de Economía y Empresa. 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