Estimados compañeros/socios de AEMARK,

Con este boletín de junio de 2023 os hacemos llegar información sobre:

- Nuestra asociación: XXXIV Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2023.
- Nuestra asociación: Acuerdo colaboración AEMARK y AFM
- Candidatos al premio al mejor artículo de investigación en marketing (edición 2023, artículos publicados en 2022).
- Spanish Journal of Marketing ESIC. Candidatos a mejor articulo (edición 13, 2023, artículos publicados en 2021).
- Call for papers: ENTER24 e-Tourism Conference. “Challenging the Next 30 Years of Tourism”.
- Convocatoria Premio Trabajos de Fin de Grado Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial.
- Oferta de empleo: Universidad de Cantabria.
- Número 42 revista EMK News.
- European Journal of Management and Business Economics (EJM&BE) se consolida en Q2 de Clarivate.
- Reconocimiento de nuestros compañeros: Nombramientos y Tesis.

Un cordial saludo,

Natalia Rubio Benito

NUESTRA ASOCIACIÓN

Asociación Española de Marketing Académico y Profesional

AEMARK

XXXIV CONGRESO INTERNACIONAL DE MARKETING MADRID 2023

XXXIV CONGRESO INTERNACIONAL DE MARKETING AEMARK 2023
6 al 8 de septiembre de 2023

El **34º Congreso de Aemark** ha recibido 236 trabajos para ser evaluados por el comité científico y los revisores anónimos. Este año, los evaluadores han sido los propios congresistas, asignados según su área de especialización por el Comité Científico, y la decisión final ha sido tomada por el Comité Científico. Agradecemos a todos los congresistas vuestra co-creación de valor a la conferencia a través de las revisiones realizadas. Una gran proporción de los trabajos están escritos en inglés, en línea con la orientación internacional de esta edición. Las áreas temáticas que este año han recibido más trabajos son: comportamiento del consumidor (124), marketing turístico (97), TIC, e-marketing y mobile marketing (83), y Ética, responsabilidad social y marketing no lucrativo (72).

Agradecemos vuestro interés y la acogida que ha tenido nuestra convocatoria de ponencias. El futuro también estará presente en Madrid. Hemos recibido 13 propuestas de presentaciones para el Doctoral Colloqium, el cual contará con la participación de investigadores seniors y editores invitados, quienes proporcionarán comentarios y orientación a los futuros doctores y doctoras en marketing.

Además, queremos informaros sobre los primeros detalles del programa del congreso. El congreso se llevará a cabo en el nuevo campus de ESIC en la Avenida de Juan XXIII, Pozuelo de Alarcón. Además de la parte académica, el jueves 7 de septiembre se invitará a todos los congresistas a realizar una visita guiada a los lugares históricos de Madrid, en concreto, Madrid de los Austrias y el Retiro (a pie), seguida de una cena experiencial en el centro de Madrid. Y, por supuesto, no puede faltar el viernes 8 de septiembre, la cena de gala con baile, la cual se celebrará en uno de los emblemáticos edificios en el centro de Madrid. Revelaremos más detalles sobre los lugares en el próximo boletín, pero ya te invitamos a consultar algunos detalles sobre el horario del programa en la página web del congreso:
http://aemarkcongresos.com/congreso2023/es/programa-2

Te esperamos en **MADRID** para vivir una experiencia inolvidable de intercambio de ideas, aprendizaje y comunidad de **MARKETING**.

Comité organizador

COLABORACIÓN AFM-AEMARK: BECAS DE INVESTIGACIÓN

Para fomentar las colaboraciones de investigación internacionales, AEMARK y AFM han firmado un acuerdo para financiar becas de investigación que ayuden, a sus miembros, a presentar investigaciones conjuntas en las conferencias anuales de ambas asociaciones.

El objetivo de estas becas de investigación es apoyar colaboraciones de investigación entre al menos un miembro de AEMARK y un miembro de AFM. Los colaboradores presentarán una comunicación en la Conferencia Anual de AEMARK y/o AFM. Dado que el objetivofinal es fomentar la publicación común en revistas de marketing clasificadas internacionalmente, es elegible cualquier tema que sea apropiado para su posible publicación en dichas revistas.

AEMARK financiará dos becas de investigación de 500 € (un máximo de una por miembro de AFM y artículo) para ayudar a los miembros de AFM a asistir a la Conferencia Anual de AEMARK y presentar una comunicación resultante de su investigación conjunta AEMARK-AFM. Al mismo tiempo, AFM financiará dos becas de investigación de 500 € (un máximo de una por miembro y artículo de AEMARK) para ayudar a los miembros de AEMARK a asistir a la Conferencia Anual de AFM y presentar una comunicación resultante de su investigación conjunta AEMARK-AFM. Las subvenciones están destinadas a financiar los gastos del viaje del investigador a la sede de la Conferencia Anual, incluido el complemento de la inscripción requerida en la conferencia, y él/ ella debe registrarse y asistir a la conferencia.

La convocatoria está dirigida a los miembros de la AEMARK y de la AFM y está abierta tanto a investigadores junior como senior. Los investigadores que deseen obtener esta subvención deben presentar una propuesta que describa su trabajo en curso o artículo antes de la fecha límite del 15 de mayo del próximo año e indicar a qué congreso(s) desean asistir.

Un Comité Científico conjunto formado por 4 miembros, 2 de AEMARK y 2 de AFM revisará todas las propuestas. Entre los posibles miembros del comité se encuentran el presidente y el delegadode relaciones internacionales de AEMARK (Natalia Rubio Benito y Concepción Varela), el vicepresidente de relaciones internacionales y el embajador de España de AFM (Martina Gallarza y Alain Decrop). Cuando un miembro de este comité paritario sea coautor de una propuesta, la asociación a la que represente designará a otro de sus miembros como suplente. Elprocedimiento de concesión de las ayudas se basará en la calidad de los trabajos presentados, teniendo en cuenta su originalidad y aportación al área de marketing.

Todos los detalles sobre los requisitos de envío se pueden consultar aquí.

Las propuestas aceptadas se anunciarán a los miembros a través de los boletines de AEMARK y AFM. Además, el trabajo será aceptado para su presentación en los respectivos congresos de AFM y AEMARK. Los autores tendrán que incluir, en todas las publicaciones resultantes de la investigación, que la investigación fue financiada por el Acuerdo de Colaboración AEMARK-AFM.

Candidatos al premio al mejor artículo de investigación en marketing (Edición 2023, artículos publicados en 2022)

El premio (un premio y 2 accésits) al mejor artículo de investigación en marketing publicado en 2022, que se dará a conocer durante la celebración de la Asamblea General de AEMARK en septiembre 2023, contará con el comité evaluador formado por D. Enrique Bigné Alcañíz (Universitat de València), Dña. Maria José Sanzo Pérez (Universidad de Oviedo) y Dña. María Isabel Rodriguez Escudero (Universidad de Valladolid.

En esta edición, se han recibido un total de 15 trabajos que cumplían con las bases del premio. La relación completa de las investigaciones recibidas ha sido la siguiente (por orden alfabético):

Artículos (en orden alfabético)	doi
Cambra-Fierro, J., Gao, L., Melero-Polo, I., & Patrício, L. (2022). Theories, constructs, and methodologies to study COVID-19 in the service industries, *The Service Industries Journal*, 42:7-8, 551-582.	https://doi.org/10.1080/02642069.2022.2060209
Casado-Aranda, L.-A., Sánchez-Fernández, J., & Ibáñez-Zapata, J.-Á. (2022). "It is all about our impulsiveness – How consumer impulsiveness modulates neural evaluation of hedonic and utilitarian banners". *Journal of Retailing and Consumer Services*, 67, 102997.	https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.102997
Casado-Aranda, L.-A., Sánchez-Fernández, J., & Viedma-del-Jesús, M. I. (2022). "Neural Responses to Hedonic and Utilitarian Banner Ads: An fMRI Study". *Journal of Interactive Marketing*, 57(2), 296-322.	https://doi.org/10.1177/10949968221087259
Escario, J.J., Rodríguez-Sánchez, C., Valero-Gil, J., & Casaló, L.V. (2022). COVID-19 related policies: The role of environmental concern in understanding citizens' preferences. *Environmental Research*, 211, 113082.	https://doi.org/10.1016/j.envres.2022.113082
Flavián, C., Pérez-Rueda, A., Belanche, D., & Casaló, L.V. (2022). Intention to use analytical artificial intelligence (AI) in services – the effect of technology readiness and awareness. *Journal of Service Management*, 33(2), 293-320.	https://doi.org/10.1108/JOSM-10-2020-0378
Frías-Jamilena, D.M., Fernández-Ruano, M.L., & Polo-Peña, A.I. (2022). "Gamified environmental interpretation as a strategy for improving tourist behavior in support of sustainable tourism: The moderating role of psychological distance". *Tourism Management*, 91, 104519.	https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104519
Herzallah, D., Muñoz Leiva, F., & Liébana-Cabanillas, F. (2022). To buy or not to buy, that is the question: understanding the determinants of the urge to buy impulsively on Instagram Commerce. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 16(4), 477-493.	https://doi.org/10.1108/JRIM-05-2021-0145
Ibáñez-Sánchez, S., Orús, C., & Flavián, C. (2022). Augmented reality filters on social media. Analyzing the drivers of playability based on uses and gratifications theory. *Psychology & Marketing*, 39(3), 559-578.	https://doi.org/10.1002/mar.21639

Artículos (en orden alfabético)	doi
Jiménez-Barreto, J., Rubio, N., Mura, P., Sthapit, E., & Campo, S. (2022). "“Ask google assistant where to travel” Tourists' interactive experiences with smart speakers: An assemblage theory approach". *Journal of Travel Research*, 62(4), 734–752.	https://doi.org/10.1177/00472875221094073
Liébana-Cabanillas, F., Muñoz-Leiva, F., Molinillo, S., & Higueras-Castillo, E. (2022). Do biometric payment systems work during the COVID-19 pandemic? Insights from the Spanish users' viewpoint. *Financial Innovation*, 8(1), 1-25.	https://doi.org/10.1186/s40854-021-00328-z
Liu, H, & Sese, F.J. (2022). "The impact of mobile app adoption on cross-buying: The moderating roles of product category characteristics and adoption timing". *Journal of Retailing*, 98(2), 241-259.	https://doi.org/10.1016/j.jretai.2021.02.002
López, M., Sicilia, M., & Verlegh, P. W. J. (2022). "How to motivate opinion leaders to spread e-WoM on social media: monetary vs non-monetary incentives". *Journal of Research in Interactive Marketing*, 16(1), 154-171.	https://doi.org/10.1108/JRIM-03-2020-0059
Minguez, A., & Sese, F.J. (2022). "Why do you want a relationship, anyway? Consent to receive marketing communications and donors' willingness to engage with nonprofits". *Journal of Business Research*, Volume 148, 356-367.	https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.04.051
Rojas-Lamorena, Á.J., Del Barrio-García, S., & Alcántara-Pilar, J.M. (2022). "A review of three decades of academic research on brand equity: A bibliometric approach using co-word analysis and bibliographic coupling". *Journal of Business Research*, 139, 1067-1083.	https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.10.025
Schepers, J., Belanche, D., Casaló, L.V., & Flavián, C. (2022). How smart should a service robot be? *Journal of Service Research*, 25(4), 565-582.	https://doi.org/10.1177/10946705221107704

SPANISH JOURNAL OF MARKETING ESIC NEWS
Asociación Española de Marketing Académico y Profesional

Candidatos al premio al mejor artículo publicado en Spanish Journal of Marketing-ESIC (Edición decimotercera de 2023 a los artículos publicados en 2021)

Estimados compañeros,

Tal y como establecen las bases del premio del Best Paper Award de SJM-ESIC (2023, edición 13) se hace pública la lista de trabajos que pueden recibir el citado premio y que

se hará público en el próximo congreso de AEMARK a celebrar en septiembre de 2023 en Madrid.

Tal y como establece la normativa, de cada volumen publicado en 2021, se seleccionarán los dos trabajos más citados en las principales bases de datos académicas (WoS, Scopus y Google Scholar).

Posteriormente, un especialista de reconocido prestigio seleccionará el mejor trabajo atendiendo al interés e implicaciones para la disciplina de marketing, originalidad e innovación y la adecuación de la metodología utilizada y revisión de la literatura realizada.

Los autores del trabajo ganador, recibirán un reconocimiento público, un diploma y un premio en metálico de 1.500 € por cortesía de AEMARK.

Desde el Comité Editorial de SJM-ESIC os animamos a volver a revisar estos interesantes trabajos y a seguir leyendo y citando los trabajos publicados en la revista de la asociación.

Carlos Flavián

Editor SJM-ESIC

2021 vol 3
Engaging consumers through firm-generated content on Instagram Estefania Ballester, Carla Ruiz, Natalia Rubio
When love matters. Experience and brand love as antecedents of loyalty and willingness to pay a premium price in streaming services Mauricio Santos, Walesska Schlesinger
Influence of emotions displayed by employees during service recovery María Sicilia, M. Carmen Caro-Jiménez, Estela Fernández-Sabiote
Effectiveness of offline and online rewards in restoring satisfaction and trust Zonaib Tahir
A profile of mobile service users in a mature market: from “uninvolved pragmatics” to “potential switchers” Cristina Calvo-Porral, Luis-Miguel Otero-Prada
Understanding the consumer’s intention to use the e-wallet services

Shaizatulaqma Kamalul Ariffin, Mohamad Fakhrul Reza Abd Rahman, Ali Mughal Muhammad, Qi Zhang

2021 vol 2

Service research: past, present and future research agenda

Hasan Evrim Arici, Mehmet Ali Köseoglu, Levent Altinay

Drivers of purchase intention in Instagram Commerce

Doaa Herzallah, Francisco Muñoz-Leiva, Francisco Liebana-Cabanillas

Weaknesses and strengths of online marketing websites

Sara Herrada-Lores, M. Ángeles Iniesta-Bonillo, Antonia Estrella-Ramón

Factors that make a destination fascinating and motivate (re)visit

Rosângela Andrade Pessoa, Oderlene Oliveira, Lucas Lopes Ferreira Souza

Utilitarian, hedonic, and self-esteem motives in online shopping

Indrawati Indrawati, Gadang Ramantoko, Tri Widarmanti, Izzatdin Abdul Aziz, Farhat Ullah Khan

2021 vol 1

Advances in neuroscience and marketing: analyzing tool possibilities and research opportunities

Luis-Alberto Casado-Aranda, Juan Sanchez-Fernandez

When consumers touch: a conceptual model of consumer haptic perception

Achini Tharaka Ranaweera

The influence of formal and informal control on market and financial results

Daniel Espinosa Sáez, Paola Andrea Ortiz-Rendón, José Luis Munuera Alemán

The role of social media in the political involvement of millennials

Rahmad Solling Hamid, Abror Abror, Suhardi M. Anwar, Andi Hartati

Buying local food is not a question of attitude: an analysis of benefits and limitations

Begoña Peral-Peral, Jorge Arenas Gaitán, Jesús Reina-Arroyo

Influencer fit post vs celebrity fit post: which one engages Instagram users more?

Arash Ahmadi, Siriwan Ieamsom

Does brand-relationships matter? The role of brand attachment in salesperson performance in retailing

Flavia Braga Chinelato, Cid Gonçalves Filho, Clodoaldo Lopes Nizza Júnior

---

BREAKING NEWS

Asociación Española de Marketing Académico y Profesional

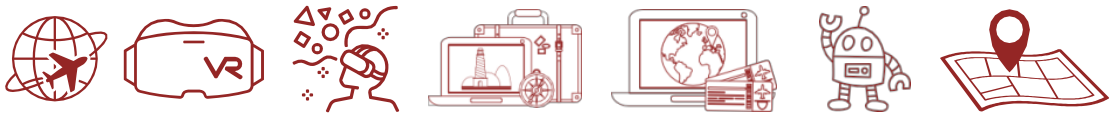
CALL FOR PAPERS

ENTER24 e-Tourism Conference "Challenging the Next 30 Years of Tourism". Izmir, Turkey (17-19 January 2024)

ENTER 24 @İzmir, Türkiye

Conference Theme

For more than 30 years, information and communication technologies (ICTs) have been revolutionizing travel, tourism, and hospitality. Over all these years, the **ENTER conference** has been facilitating the discussion, exchange, and development of knowledge about the use and **impact of ICTs in the travel and tourism industry**.



Now, we are likely to be on the cusp of a similar **transformational disruption through technology**, such as extended realities, generative artificial intelligence, and the Internet of Things. At this milestone, this call for contributions invites the academic and professional research community to challenge the next 30 years of tourism and prepare both tourists and tourism stakeholders for what the future will bring.

Therefore, ENTER24 sets to continue the tradition of bringing together people, ideas, and research from all over the world to find answers to the important questions that the industry is facing. This year, some of these questions are:

- What will / can / should the future of tourism look like?
- What role do various technologies play in creating the future?

- How can technology help create businesses and organizations that are agile, innovative, and resilient?
- What is the role of technology in accelerating sustainable development?
- How will technologies change the customer or employee experience in tourism?
- How can technology implementation support the equal development of tourism communities around the world?
- What technologies should the travel and tourism industry adopt?
- How will technologies improve the learning process in the field of tourism?

The International Federation for IT and Travel & Tourism (IFITT) together with IFITT Türkiye Chapter, call the entire academic and professional research community to submit cutting-edge tourism research and the latest case studies on emergent and innovative ICT concepts, applications, and business models to be shared at the **ENTER24 Conference**.

Submissions formats

	Submission	Presentation	Publication	Deadline
Pre-Conference Ph.D. Workshop				
Ph.D. Workshop Proposals	Up to 5 pages	Yes	IFITT website, member area	8 September 2023
ENTER Conference				
Full Papers	Up to 12 pages	Yes	Conference Proceedings	1 September 2023
Short Papers	Up to 5 pages	Yes	Conference Proceedings	1 September 2023
Posters & Demos	Up to 2 pages	Yes	IFITT website, member area	17 October 2023

Informal Networking Opportunities with Experts

The conference offers a worldwide and unique forum for attendees from industry, academia, government, and other organizations to actively exchange, share, and challenge state-of-the-art research, education practices, and industrial case studies on the application of ICTs in travel and tourism.

Open Access Knowledge Sharing

IFITT is dedicated to increasing the visibility of e-Tourism research. The ENTER24 proceedings will be indexed in Scopus, under the Springer Proceedings in Business and Economics series. IFITT is working on securing sponsorships to publish the proceedings as an Open Access proceedings book published by Springer International.

More information ENTER24

https://enter-conference.org/

Become a member of IFITT

https://ifitt.org/plans/ifitt-membership/

Convocatoria Premio Trabajos de Fin de Grado: Catedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial

La Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial convoca un premio dirigido a Trabajos Fin de Grado (TFG) de los Grados Oficiales impartidos en cualquiera de las universidades españolas que hayan sido presentados durante el curso académico 2021-2022 y 2022-2023 (presentados antes del 31 de julio de 2023).

El área temática con la que deben estar relacionados los TFG que opten al premio es la de distribución comercial en lo relativo al *retail*, comercio minorista.

El plazo de presentación de solicitudes está abierto hasta el día 1 de septiembre de 2023. Las solicitudes serán dirigidas a la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial de la Universidad de Oviedo, por correo electrónico a la dirección: catedrafarecesdc@uniovi.es
Puede consultar las Bases de la Convocatoria haciendo clic aquí.

OFERTAS DE EMPLEO

El área de Comercialización e Investigación de Mercados de la **Universidad de Cantabria** selecciona candidatos para una **plaza de Profesor Ayudante Doctor**. **Plazo de presentación** de instancias hasta el **3 de julio**. Más información aquí.

EMK News nº 42

Os comunicamos que ya está disponible el número 42 de la revista EMK News.

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 consejogeneral@economistas.org. El próximo número (el 42) estará dedicado a Marketing Interno. Asimismo, nos podéis proponer temas, ponentes, etc.

Espero que esta información sea de vuestro interés.

Carlos Alonso de Linaje

Presidente
Economistas de Marketing y Comercialización

marketing.economistas.es

European Journal of Management and Business Economics (EJM&BE) se consolida en Q2 de Clarivate

EJM&BE
European Journal of Management and Business Economics

La publicación de los índices de 2022 traen buenas noticias de la European Journal of Management and Business Economics (EJM&BE).

Las métricas de EJM&BE muestran un impacto creciente de esta revista de acceso abierto:
• Clarivate: Q2, Journal Citation Indicator. La revista ocupa la posición 93/301 en Business.
• Scimago: Q1 en Business and International Management, Finance, Strategy an Management y Tourism, Leisure and Hospitality and Management
Os animo a enviar artículos de alta calidad (tasa de aceptación del 5,3 %) y ver los interesantes artículos publicados o en camino.

Enrique Bigne

Editor-in-Chief

RECONOCIMIENTOS Y PREMIOS A LOS SOCIOS DE AEMARK

Asociación Española de Marketing Académico y Profesional

José Antonio Fraiz Brea, nuevo Catedrático del Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Vigo

El pasado 12 de junio, tuvo lugar el concurso de acceso al cuerpo docente de Catedráticos de Universidad, en el Área de Comercialización e Investigación de Mercados, de D. José Antonio Fraiz Brea. El acto contó con la comisión evaluadora formada por los profesores D. José Antonio Varela González como presidente (Universidad de Santiago de Compostela), Dña Encarnación González Vázquez como secretaria (Universidad de Vigo) y como vocales D. José Manuel Hernández Mogollón (Universidad de Extremadura), , Dña. Alicia Blanco González (Universidad Rey Juan Carlos), y Dña. Amaia Maseda García (Universidad del País Vasco).

Eva Lahuerta Otero, nueva Profesora Titular del Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Salamanca

El pasado 29 de mayo, tuvo lugar el concurso de acceso al cuerpo docente de Profesor Titular de Universidad en el Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad Pública de Navarra. El evento contó con la comisión evaluadora formada por los profesores D. Pablo A. Muñoz Gallego como presidente (Universidad de Salamanca), Dña. Rosa María Hernández Maestro como secretaria (Universidad de Salamanca) y como vocales Dña. Ana Isabel Rodríguez Escudero (Universidad de Valladolid), Dña Maria Dolores Palazón Vidal (Universidad de Murcia), D. Luis Vicente Casaló Ariño (Universidad de Zaragoza).

TESIS DOCTORALES DIRIGIDAS / DEFENDIDAS POR SOCIOS

Asociación Española de Marketing Académico y Profesional

Lorena Robaina Calderín, nueva doctora de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

El pasado día 2 de junio tuvo lugar el acto de lectura y defensa de la Tesis Doctoral: "Neuromarketing y Experiencias Inmersivas: el Estudio del Comportamiento de los Jóvenes en el Contexto de los Museos" de la que es autora Dña. Lorena Robaina Calderín de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, y que ha sido dirigida por la Dra. Josefa D. Martín Santana, de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. El tribunal evaluador estuvo compuesto por el Dr. Jesús García de Madariaga Miranda de la Universidad Complutense de Madrid (Presidente), la Dra. Asunción Beerli Palacio de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (Secretaria) y la Dra. Natalia Vila López de la Universitat de València (Vocal). La defensa tuvo lugar en la Sala de Grado de la Facultad de Economía, Empresa y Turismo de la Universidad de Gran Canaria y el trabajo obtuvo la máxima calificación, Sobresaliente Cum Laude.

Khaoula Akdim, nueva doctora de la Universidad de Zaragoza

El pasado 1 de marzo, tuvo lugar el acto de lectura y defensa de la Tesis Doctoral: “New Trends in E-WOM: Effectiveness and Perceived Value of Artificial Intelligence-Based Recommendation Systems” de la que es autora Dña. Khaoula Akdim de la Universidad de Zaragoza y, que ha sido dirigida por D. Carlos Flavián y D. Luis V. Casaló de la Universidad de Zaragoza. El tribunal evaluador estuvo compuesto por D. Giampaolo Viglia (Porstmouth University), D. Jaime Romero (Universidad Autónoma de Madrid) y Dña. Raquel Gurrea (Universidad de Zaragoza). La calificación otorgada, de forma unánime, fue Sobresaliente Cum Laude.

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**.