

# NUESTRA ASOCIACIÓN



Asociación Española  
de Marketing  
Académico y Profesional



## YA ESTÁ ABIERTA LA PLATAFORMA PARA ENVIAR CONTRIBUCIONES A AEMARK 2025

Nos complace anunciar que la plataforma para el envío de contribuciones al XXXVI Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2025 ya está abierta. Este año mantenemos la misma plataforma que en el congreso anterior, por lo que podéis utilizar el mismo usuario y contraseña que para AEMARK 2024. Podéis acceder a la plataforma [aquí](#).

Como novedad, este año hemos incorporado una nueva área temática: Marketing en Iberoamérica. Esta área recogerá los trabajos realizados en el contexto iberoamericano, considerando sus realidades sociales, económicas, culturales y tecnológicas.

Las **áreas temáticas** del congreso son las siguientes:

- Comportamiento del consumidor
- Decisiones de producto, precio, comunicación y distribución
- Marketing turístico
- Marketing Multisectorial (servicios, industrial, internacional, educación, etc)
- TIC, e-marketing y mobile marketing
- Ética, responsabilidad social corporativa y marketing no lucrativo
- Marketing en Iberoamérica

Nos gustaría también recordaros que la **fecha límite** para el envío de contribuciones es el **2 de mayo**. Podéis consultar la normativa de envío de contribuciones [aquí](#).

¡Esperamos vuestros trabajos!

Salvador Ruiz de Maya

Presidente del Comité Organizador XXXVI Congreso Internacional de Marketing #AEMARK25



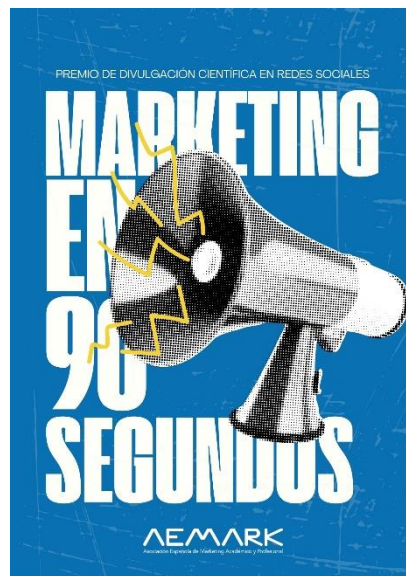
#### PREMIOS AEMARK 2025

Ya pueden consultarse las [bases de los diversos premios y reconocimientos](#) que otorgará AEMARK durante el [Congreso Internacional de Marketing](#) que se celebrará en Murcia del 17 al 19 de septiembre. Las comunicaciones que se presenten en el congreso podrán optar a los reconocimientos a la Mejor Ponencia, Mejor Trabajo en Curso, Mejor Póster y a la Relevancia empresarial de la investigación en marketing. **Hasta el 4 de junio** pueden presentarse **candidaturas** a los premios a la Mejor Tesis Doctoral, Mejor Artículo de Investigación, Trayectoria y Excelencia en Marketing. En Murcia también se entregarán los premios al mejor artículo y mejores revisores del [Spanish Journal of Marketing – ESIC](#), y a la Divulgación científica en redes sociales “Marketing en 90 segundos”.

AEMARK desea agradecer la valiosa colaboración de [ESIC University](#), institución que, además de publicar nuestra revista, financia los premios a la mejor tesis y a la relevancia empresarial de la investigación en marketing, así como la concesión de ayudas para la asistencia a los seminarios de AEMARK.

Puedes ver las bases completas y el histórico de premiados en nuestra web:

<https://www.aemark.org/index.php/es-es/nosotros/premiosaemark>



### **PREMIO DE DIVULGACIÓN CIENTÍFICA EN REDES SOCIALES “MARKETING EN 90 SEGUNDOS”**

AEMARK convoca la segunda edición del premio de divulgación científica en redes sociales: “Marketing en 90 segundos”. Este premio pretende animar a los/las socios/as de AEMARK a realizar videos de divulgación científica explicando conceptos de marketing de manera amena y sencilla, para que puedan ser entendidos por personas que no son expertas en marketing. Estos videos serán compartidos en el perfil de Instagram de AEMARK.

Aquellos/as socios/as que quieran participar tendrán que enviar un video, cuya duración máxima sea de 90 segundos, en el que se graben explicando un concepto de marketing o responda a una pregunta de marketing de manera que pueda entender cualquier persona. Aunque estos conceptos deben ser explicados de manera sencilla, se debe ser riguroso/a a la hora de explicarlo. Asimismo, se deberán enviar las referencias en las que se basa la explicación realizada en el video. Las referencias no tienen que aparecer en el video, se añadirán en el texto de la publicación. Como novedad, este año el video puede estar creado por varias personas. En este caso, todas ellas deberán aparecer en el video, y si su video resulta ganador, el premio se repartirá entre ellos/as. En el video se pueden utilizar imágenes para complementar la explicación, siempre que no tengan derechos de autor. Los/as aspirantes tienen que ser socios de AEMARK en el momento en el que se envía el video.

El premio se entregará en el XXXVI Congreso Internacional de Marketing (AEMARK) que se celebrará en Murcia, y consistirá en un diploma acreditativo y una remuneración de 500€. Si el jurado lo considera conveniente, se podrán entregar uno o dos accésits. El procedimiento para otorgar el Premio se basará en el rigor científico al explicar el concepto o responder a la pregunta de marketing, la capacidad de divulgación a un público no especializado, la creatividad del video, la calidad del video en cuanto a imagen, sonido y elementos audiovisuales y la difusión que consiga el video en redes. El veredicto corresponderá a un Jurado designado al efecto, integrado por tres investigadores de AEMARK.

Para ser candidato al premio se deberá enviar la siguiente documentación a [divulga@aemark.org](mailto:divulga@aemark.org):

1. Video grabado en vertical con formato MP4 o MOV de duración igual o inferior a 90 segundos. En el video aparecerá/n el/la/los aspirante/s al premio explicando un concepto de marketing o respondiendo a una pregunta de marketing. El video no debe incluir portada.

2. Nombre y Apellidos del/de los aspirante/s, universidad, y pregunta o concepto de marketing que se explica en el video.

3. Referencias utilizadas para explicar el concepto o pregunta de marketing.

Fecha límite para enviar los videos: 30 de junio de 2025. Los videos se subirán a la cuenta de Instagram de AEMARK una vez cerrado el plazo.

Se pueden consultar las bases del premio aquí



### **ANDATA Y AEMARK: UNA ALIANZA PARA IMPULSAR LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

En el marco de su compromiso con la excelencia en la investigación de mercados, ANDATA ha establecido una alianza estratégica con AEMARK, con el objetivo de brindar a los investigadores y profesionales del marketing acceso a soluciones innovadoras y datos de alta calidad.

#### **¿Qué es ANDATA?**

ANDATA es una empresa de servicios de panel creada con la misión de innovar en la investigación de mercados. Con más de 12 millones de panelistas distribuidos en cinco continentes, ANDATA ofrece soluciones especializadas en programación de cuestionarios, tabulación de datos y estudios ómnibus. Su compromiso con la calidad y la precisión la convierte en una opción confiable para investigadores y empresas que buscan insights estratégicos basados en datos sólidos y muestras representativas en pocos días.

**Accede al Panelbook [AQUI](#)**

Además, ANDATA cuenta con el respaldo de socios de ESOMAR, garantizando metodologías de recolección de datos alineadas con los estándares internacionales de calidad del dato.

**Beneficios de la colaboración con AEMARK**

Gracias a esta alianza, los miembros de AEMARK podrán acceder a beneficios exclusivos:

- Condiciones preferenciales para proyectos de investigación cuantitativos y cualitativos.
- Acceso a datos de calidad internacional con muestras representativas.
- Descuentos de entre el 5% y el 20% en la contratación de servicios y soluciones proporcionadas por ANDATA, según las condiciones específicas para cada caso.
- Extensión de estos beneficios a los doctorandos vinculados a los socios de AEMARK, permitiendo que accedan a condiciones preferentes en servicios de investigación, sin necesidad de ser asociados.
- Eliminación del "*minimum fee*" en los proyectos, garantizando así un acceso más flexible y equitativo a los servicios de ANDATA.

Este convenio refleja el compromiso de ANDATA con la comunidad académica y profesional, fomentando el uso de datos precisos y metodologías avanzadas para potenciar la investigación de mercados.

Para más información contacta con: [juanchamorro@andatamr.com](mailto:juanchamorro@andatamr.com)

## BREAKING NEWS



### CALL FOR PAPERS



### EUROPEAN MARKETING FALL CONFERENCE, 2025

Welcome to the 16th Fall Conference of the European Marketing Academy in Istanbul Bilgi University. This year's conference theme is "The transformative role of marketing in an AI-driven world."

EMAC Fall Conference: Aiming to attract researchers interested in marketing issues in changing and growing markets, and issues with a regional perspective. All types of research approaches are welcome. Furthermore, the Fall Conference serves the marketing communities of transition societies and interested researchers as a meeting point. The history of the EMAC Fall Conference began in 2007 at the University of Maribor (Slovenia) where researchers from this region, dealing with market development issues, decided to launch a conference entitled Marketing

Theory Challenges in Transition Societies (MTC). The MTC conferences were hosted for two consecutive years by the University of Zagreb, Croatia (2008) and again by the University of Maribor, Slovenia (2009). In 2010 the MTC conference was embraced by the European Academy of Marketing and since then has continued with support of EMAC under a new title – EMAC Fall Conference. Marketing Theory Challenges in Emerging Markets. The first EMAC Fall Conference was hosted by Corvinus University of Budapest, Hungary (2010).

Paper submission deadline: 23 April 2025 (16:00 CET)

Notification of acceptance: June 2025

Early bird registration deadline: 5 August 2025

Regular registration deadline: 2 September 2025

Conference dates: 17-19 September 2025

More info [here](#).



### **CALL FOR ABSTRACTS EXTENDED! SUBMIT BY 23 MAY FOR WSMC 2025**

We're thrilled to share that the World Social Marketing Conference (WSMC) 2025 has extended its Call for Abstracts deadline to 23 May!

This means there's still time to submit your research, case studies, or insights and join a global audience of academics, practitioners, policymakers, and industry leaders focused on applying social marketing and behavioural science for social good.

 Event Dates: 5-7 November 2025

 Location: University of Alicante, Spain

 New Submission Deadline: 23 May

WSMC is a leading international gathering where cutting-edge ideas and practical applications of behavior change strategies are showcased. If you have a project that deserves global recognition, now is the time to submit!

 Submit your abstract today: <https://wsmconference.com/>

We encourage all members of AEMARK to take advantage of this opportunity and help shape the future of social marketing!

## PREMIOS



### **PREMIO EMILIO SOLDEVILLA A LA MEJOR TESIS DOCTORAL EN ECONOMÍA DE LA EMPRESA**

La Fundación Emilio Soldevilla, fundación que tiene como misión Promover y desarrollar las actividades de Formación Superior e Investigación en el área de Economía de la Empresa, ha convocado el “PREMIO EMILIO SOLDEVILLA A LA MEJOR TESIS DOCTORAL EN ECONOMÍA DE LA EMPRESA”, para el año 2025, cuya convocatoria se han publicado el 17 de febrero en el Boletín Oficial del País Vasco.

Dicha convocatoria tiene como objeto la adjudicación de un premio para el autor o autora de una Tesis doctoral en el ámbito de la Economía de la Empresa. El premio se concederá exclusivamente a una persona física y consistirá en 7.000 euros y un diploma acreditativo.

Las personas candidatas deben cumplir los siguientes requisitos:

1. Haber obtenido la mención de Premio Extraordinario de Doctorado por parte de la Universidad en la que fue defendida la Tesis doctoral, en el año natural anterior al de la convocatoria.
2. Haber defendido la tesis doctoral en una universidad pública española.

Más información [aquí](#).



## **ROSANA FUENTES FERNÁNDEZ, NUEVA PROFESORA TITULAR DE UNIVERSIDAD DEL ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DE LA UNIVERSIDAD DE LEÓN**

El pasado 14 de febrero tuvo lugar el concurso de acceso al cuerpo docente de Titulares de Universidad, en el Área de Comercialización e Investigación de Mercados, de D<sup>a</sup>. Rosana Fuentes Fernández. El acto contó con la comisión evaluadora formada por los profesores/as: D. Roberto Fernández Gago (Profesora Titular de la Universidad de León), D<sup>a</sup>. Blanca García Henche (Profesora Titular de la Universidad de Alcalá de Henares) y D. José Luis de Godos Díez (Profesor Titular de la Universidad de León), D<sup>a</sup>. Montserrat Díaz Méndez (Profesora Titular de la Universidad de Extremadura) y D<sup>a</sup>. Estela Núñez Barriopedro (Profesora Titular de la Universidad de Alcalá de Henares).



### **SOFÍA BLANCO MORENO RECIBE EL "PH.D. THESIS EXCELLENCE AWARD" DE IFITT POR SU ESTUDIO SOBRE INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y MARKETING TURÍSTICO**

La doctora Sofía Blanco Moreno, investigadora de la Universidad de León y socia de AEMARK, ha sido distinguida con el prestigioso Ph.D. Thesis Excellence Award, un reconocimiento otorgado por la International Federation for IT and Travel & Tourism (IFITT). Este galardón premia la excelencia en investigaciones doctorales que aportan avances significativos en la aplicación de tecnología al sector turístico y al marketing digital.

Su tesis, titulada "*AI-Powered Insights: Analyzing Visual and Textual Content on Social Media for Destination Marketing Management*", explora el potencial de la inteligencia artificial y el *big data* en la gestión de destinos turísticos. A través de técnicas avanzadas como *machine learning*, *deep learning* y *web scraping*, la investigación analiza el contenido generado por los usuarios en redes sociales para extraer información valiosa sobre sus comportamientos, percepciones y preferencias.

Aunque los resultados obtenidos permiten generalizar hallazgos a distintos contextos turísticos, la investigación se basa en un caso de estudio concreto: la ciudad de León, un destino cultural y gastronómico de referencia en España. A partir de este estudio, se ha desarrollado la plataforma *Photo Data Tour Analytics* (<https://mktingphotodatatour.unileon.es/>), que permite analizar datos visuales y textuales compartidos por los turistas en redes sociales para optimizar estrategias de marketing de destinos.

El trabajo ha sido dirigido por los doctores Ana María González Fernández (Universidad de León), Pablo Antonio Muñoz Gallego (Universidad de Salamanca) y Nuria González Álvarez (Universidad de León). Además, ha contado con la colaboración de destacados investigadores como el profesor Luis V. Casaló (Universidad de Zaragoza), socio de AEMARK, y el profesor Roman Egger (Austria), cuyo aporte ha sido clave para el desarrollo metodológico del estudio.

Este reconocimiento refuerza la relevancia del uso de inteligencia artificial y análisis de *big data* en la toma de decisiones estratégicas para la promoción y gestión de destinos turísticos. Asimismo, pone en valor la calidad de la investigación en marketing desarrollada en universidades españolas, consolidando a la Universidad de León y a los investigadores vinculados a AEMARK en la vanguardia del estudio del turismo digital y la inteligencia artificial aplicada al marketing.



## **ELVIRA DEL MILAGRO SÁEZ GONZÁLEZ, NUEVA DOCTORA DE LA UNIVERSIDAD DE ALMERÍA**

El pasado 3 de marzo de 2025 tuvo lugar el acto de defensa de la Tesis Doctoral titulada "*Elasticidad tamaño de surtido-ventas: modelizaciones alternativas en el contexto de la distribución minorista española con base alimentaria*", de la que es autora Dña. Elvira del Milagro Sáez González, y que ha sido dirigida por el Dr. Juan Carlos Gázquez Abad, profesor de la Universidad de Almería. El Tribunal evaluador estuvo formado por el Dr. Juan Antonio Mondéjar Jiménez (Universidad de Castilla-La Mancha) como presidente; el Dr. José Luis Ruiz Real (Universidad de Almería) como secretario; y la Dra. María Fuentes Blasco (Universidad Pablo de Olavide) como vocal.



### **MARÍA FERNANDA BERNAL SALAZAR, NUEVA DOCTORA DE LA UNIVERSIDAD DE CANTABRIA**

El pasado día 6 de marzo tuvo lugar el acto de lectura y defensa de la Tesis Doctoral "*Aplicación de la ciencia de datos al estudio de la sostenibilidad turística: enfoque teórico y análisis empírico de empresas y turistas en España*" de la que es autora Maria Fernanda Bernal Salazar y dirigida por el Dr. Jesús Collado Agudo y la Dra. Elisa Baraibar Diez, ambos de la Universidad de Cantabria. El tribunal evaluador estuvo compuesto por las Dra. Estela Marine-Roig (Universidad de Lleida) como presidenta, el Dr. Javier de Esteban Curiel (Universidad Rey Juan Carlos) como vocal y la Dra. Patricia Martínez García de Leaniz (Universidad de Cantabria) como secretaria.



### **JOSÉ MIGUEL HOLGADO, NUEVO DOCTOR DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA**

El pasado viernes 7 de marzo tuvo lugar el acto de defensa de la Tesis Doctoral titulada "*Retos del siglo XXI para los fabricantes de gran consumo: Erosión de clientes, poder de los minoristas y roturas de stock en los puntos de venta*", de la que es autor D. José Miguel Holgado. La tesis ha sido dirigida por la Prof. Dra. Carmen Barroso Castro y el Prof. Dr. F. Javier Rondán Cataluña, en el marco del Programa de Doctorado en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales de

la Universidad de Sevilla. Se trata de una tesis con mención de “Doctorado Industrial”, en la que han ejercido como tutores el Prof. Dr. José Luis Galán González por parte de la Universidad de Sevilla, y D. Rai Cararach por parte de la empresa Nestlé España. El Tribunal evaluador estuvo formado por el Prof. Dr. Antonio Navarro (Universidad de Sevilla) como presidente; la Prof. Dra. Isabel María Rosa Díaz (Universidad de Sevilla) como secretaria; y como vocales, la Prof. Dra. Natalia Rubio Benito (Universidad Autónoma de Madrid), el Prof. Dr. Juan Carlos Gázquez Abad (Universidad de Almería) y el Prof. Dr. Francisco Muñoz-Leiva (Universidad de Granada).



#### **GABRIEL PRUNEDA DIBILDOX, NUEVO DOCTOR DE LA UNIVERSIDAD DE CANTABRIA**

El pasado 14 de marzo tuvo lugar el acto de defensa de la Tesis Doctoral titulada "*Efecto de las actividades de diseño del modelo de negocios en el éxito emprendedor*" de la que es autor D. Gabriel Pruneda Dibildox, y que ha sido dirigida por el Dr. D. Ángel Herrero Crespo y la Dra. Dña. Andrea Pérez Ruiz, profesores de la Universidad de Cantabria. El Tribunal evaluador estuvo formado por la Dr. José Manuel Hernández Mogollón (Universidad de Extremadura) como presidente; la Dra. Ana Fernández Laviada (Universidad de Cantabria) como secretaria y la Dra. Blanca Hernández Ortega (Universidad de Zaragoza) como vocal.

## 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](mailto: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](mailto: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**.