



Estimados compañeros/socios de AEMARK,

Con este boletín de junio de 2021 os hacemos llegar información sobre:

- Nuestra asociación: Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2021.
- Candidatos al premio al mejor artículo publicado en Spanish Journal of Marketing-ESIC.
- Nuevo número de la revista MarketingNews: Innovación orientada al proceso de marketing y ventas.
- Oferta plazas de profesorado.
- Reconocimiento de nuestros compañeros: nombramientos.

Un saludo,

Ángel Herrero Crespo



CONGRESO INTERNACIONAL DE MARKETING AEMARK 2021



Se aproxima la fecha del XXXII Congreso Internacional de Marketing AEMARK2021 que se celebrará en Jaén los días 8 a 11 de septiembre de 2021. Próximamente se publicará el programa de las sesiones temáticas de presentación de trabajos enviados por los congresistas.

En el VI Doctoral Colloquium se presentarán 5 proyectos de tesis doctorales y 12 son las Tesis Doctorales procedentes de 8 universidades españolas que optan al Premio a la Mejor Tesis Doctoral en Marketing, premio patrocinado por ESIC y AEMARK. Animamos a los doctorandos participantes en el Congreso, así como a los recientes doctores, a que participen íntegramente de la experiencia AEMARK2021.

Asimismo, recordamos que en el Congreso se otorgarán reconocimientos y premios a la Trayectoria en Marketing, al Mejor Artículo de Investigación, al Mejor Artículo

publicado en la Spanish Journal of Marketing-ESIC, al mejor Revisor de Spanish Journal of Marketing-ESIC, a la mejor ponencia, al mejor trabajo en curso y póster, así como las ayudas a los investigadores latinoamericanos.

En cuanto al Premio a la Trayectoria en Marketing, se ha recibido una candidatura procedente del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Granada. Por otro lado, el Premio a Mejor Artículo de Investigación en Marketing ha recibido un total de 19 trabajos publicados en revistas de prestigio internacional como Journal of Service Research, Journal of Destination Marketing & Management, Computers in Human Behavior, Journal of Business Research y Journal of Service Management entre otros.

Por el elevado nivel de los trabajos aceptados estamos convencidos del éxito científico del XXXII Congreso Internacional de Marketing AEMARK2021. Además, desde el Comité Organizador pondremos también nuestro máximo esfuerzo para lograr que el Congreso sea un éxito y una experiencia inolvidable para todos los congresistas que esperamos recibir en Jaén.

Recordamos que el día 9 de julio finaliza el plazo de envío de formularios para la publicación en el Libro de Actas del XXXII Congreso Internacional de Marketing, AEMARK 2021, de los trabajos aceptados. En el siguiente enlace se encuentra disponible el formulario a cumplimentar <https://forms.gle/J57c1JtvkyJu9Keb6> (un formulario por cada trabajo aceptado).

Para los que todavía no lo habéis hecho, no olvidéis hacer vuestra inscripción y reserva de alojamiento.

Disfrutad del verano y nos vemos en Jaén en septiembre.

Comité Organizador del XXXII Congreso Internacional de Marketing AEMARK2021.



Candidatos al premio al mejor artículo publicado en Spanish Journal of Marketing-ESIC

(Edición decimoprimer a de 2021 a los artículos publicados en 2019)

Estimados compañeros,

Tal y como establecen las bases del premio del Best Paper Award de SJM-ESIC (2021, edición 11) 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 2021 en Baeza (Jaén).

Tal y como establece la normativa, de cada volumen publicado en 2019, 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.

Tal y como puede verse en la tabla adjunta, el impacto logrado por los trabajos publicados ha sido muy notable.

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

Carlos Flavián

Editor SJM-ESIC

WoS	Scopus	Google	Volume 23 Issue 3
2	3	7	Exploring online consumer curation as user-generated content: A framework and agenda for future research, with implications for brand management
3	8	14	Engaging customers through user-and company-generated content on CSR
7	9	16	The influence of CSR on perceived value, social media and loyalty in the hotel industry
7	9	19	The impact of consumers' positive online recommendations on the omnichannel webrooming experience
6	6	10	Omni-channel users and omni-channel customers: a segmentation analysis using distribution services
0	1	6	Local, global and glocal consumer brand relationships
4	8	26	Increasing customer loyalty through customer engagement in the retail banking industry
Volume 23 Issue 2			
2	4	11	From Instagram overuse to instastress and emotional fatigue: the mediation of addiction
3	7	18	Antecedents and consequences of luxury brand engagement in social media
4	7	14	Enhancing rural destinations' loyalty through relationship quality
6	7	8	The role of environmental CSR practices on the formation of behavioral intentions in a certified hotel context
0	1	6	Antecedents of brand hate in the fast food industry

1	3	4	The effect of cognitive absorption on marketing learning performance
1	2	7	Impact of SMEs strategy on loyalty: the hairdresser case
1	1	7	Mediating model of brand equity and its application
Volume 23 Issue 1			
1	5	9	The role of industries' environmental reputation and competitive intensity on sustainability marketing strategy
5	7	18	The moderating influence of involvement with ICTs in mobile services
7	9	19	Different kinds of research shoppers, different cognitive-affective consequences
10	16	61	Instagram Stories versus Facebook Wall: an advertising effectiveness analysis
3	5	7	Facebook's power: factors influencing followers' visit intentions
0	0	0	Setting acceptable prices: a key for success in retailing

BREAKING NEWS

Asociación Española
de Marketing
Académico y Profesional

NUEVO NÚMERO DE LA REVISTA MARKETING NEWS

Se informa sobre la publicación del nuevo número 34, de la revista MarketingNews del Consejo General de Economistas sobre “Innovación orientada al proceso de marketing y ventas”.

Esperando que sea de vuestro interés, el nº 34 de MarketingNews se puede consultar [aquí](#).

Para acceder al resto de números de la revista, puedes hacerlo desde [aquí](#).



OFERTA PLAZAS DE PROFESORADO



La Universidad de Burgos convoca un concurso público para la provisión de 1 plaza PDI contratado temporal Profesor Ayudante Doctor a tiempo completo, en el Área de Comercialización en Investigación de Mercados.

En el siguiente enlace se puede consultar toda la información:

<https://www.ubu.es/te-interesa/concurso-publico-no52-para-la-provision-de-plazas-de-pdi-contratado-temporal-profesor-ayudante-doctor-no-de-plazas-ofertadas-17-plazo-de-presentacion-de-instancias>

El plazo de presentación de instancias finaliza el 15 de julio de 2021.



The Department of Market Research and Quantitative Methods at ESIC University invite applications for a position as full time Assistant Professor.

They are looking for candidates with a Ph.D. in Business Administration, Marketing or in another Business-related discipline, with strong background on quantitative methods to contribute to teaching in Market Research, Mathematics, Statistics and Data Analysis in the bachelor programs at ESIC University. For this position, we are specifically looking for candidates with an interest in and documented experience from research on business markets and business market dynamics. The successful candidate is expected to actively participate in one or more of the ongoing research streams. For more information, please follow the link: https://www.researchgate.net/job/953636_Faculty_positions_at_ESIC_University

**RECONOCIMIENTOS Y PREMIOS
A LOS SOCIOS DE AEMARK**



María Vallespín Arán nueva Profesora Titular del Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Málaga.

El pasado 26 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 de Málaga. El acto que se celebró en formato virtual, contó con la

Comisión de Selección formada por los profesores D. Sebastián Molinillo (Universidad de Málaga), Dña. Inés Küster (Universidad de Valencia), D. Francisco Muñoz Leiva (Universidad de Granada), D. Francisco Liébana Cabanillas (Universidad de Granada) y Dña. Pilar Alarcón (Universidad de Málaga).



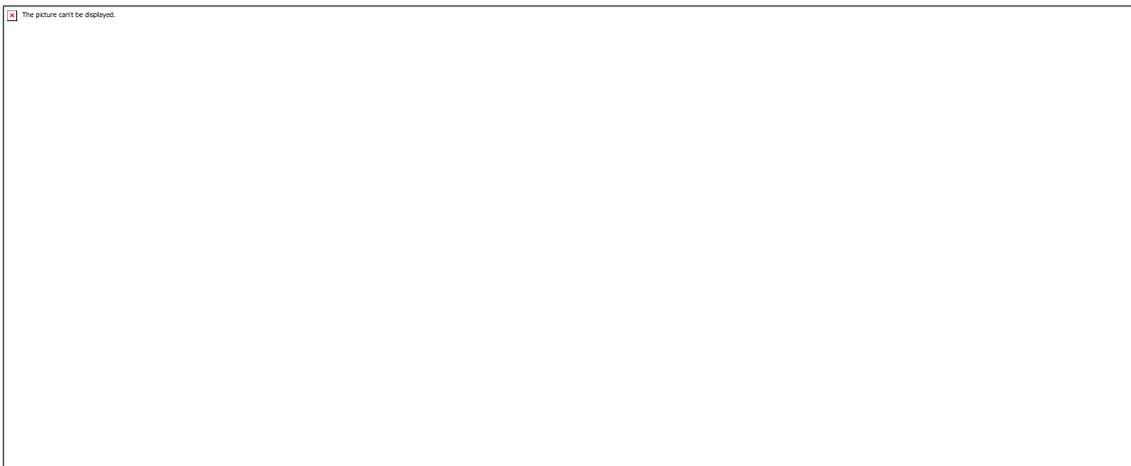
Ana Casado Molina nueva Profesora Titular del Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Málaga.

El pasado 4 de junio, 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 de Málaga. El acto que se celebró en formato presencial y online, contó con la Comisión de Selección formada por los profesores D. Sebastián Molinillo (Universidad de Málaga), D. Manuel Parras (Universidad de Jaén), D. Antonio Navarro (Universidad de Sevilla), Dña. Eva María Murgado (Universidad de Jaén) y Dña. Pilar Alarcón (Universidad de Málaga).



Rocío Alarcón López, nueva doctora del Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Murcia

El pasado día 7 de junio tuvo lugar el acto de lectura y defensa de la Tesis Doctoral "El efecto de compartir experiencias de personalización en el comportamiento del consumidor", de la que es autora Dña. Rocío Alarcón López y dirigida por el Dr. Salvador Ruíz de Maya y la Dra. Inés López López de la Universidad de Murcia. El tribunal evaluador estuvo compuesto por los doctores D. Luk Warlop (Norwegian Business School), D. Enrique Bigné Alcañiz (Universidad de Valencia), y Dña. Mariola Palazón Vidal (Universidad de Murcia).



Pablo Ledesma Chaves, nuevo doctor del Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Sevilla

El pasado día 29 de junio tuvo lugar el acto de lectura y defensa de la Tesis Doctoral "Capacidades dinámicas y éxito internacional. Empresas españolas en tiempos de crisis", de la que es autor D. Pablo Ledesma Chaves y dirigida por el Dr. Jorge Arenas Gaitán de la Universidad de Sevilla. El tribunal evaluador estuvo compuesto por los doctores D. Manuel Sánchez Franco (Universidad de Sevilla), D^a Ana María Campó Cerro (Universidad de Extremadura), D. Luis José Callarisa Fiol (Universitat Jaume I), D^a Beatriz Palacios Florencio (Universidad Pablo de Olavide) y D. Antonio Navarro García (Universidad de Sevilla).



REDES SOCIALES

Asociación Española
de Marketing
Académico y Profesional

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