



Estimados compañeros/socios de AEMARK,

Con este boletín de febrero de 2022 os hacemos llegar información sobre:

- 33rd Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2022.
- Ayudas investigación socios AEMARK y Asociación Francesa de Marketing.
- Oferta de empleo: Beca de doctorado Universidad de Portsmouth.
- Oferta de empleo: Faculty Position in Associate Professor of Practice (Esade).
- Reconocimiento de nuestros compañeros: Nombramientos.

Un saludo,

Ángel Herrero Crespo



33rd CONGRESO INTERNACIONAL DE MARKETING AEMARK 2022



La edición 33^a del Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2022, se celebrará en Valencia los días 7, 8 y 9 de septiembre. Está organizado por los profesores del Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universitat de València y la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional AEMARK.

Os recordamos que el 2 de mayo de 2022 es la fecha límite para el envío de ponencias, trabajos en curso, pósteres y Tesis Doctorales.

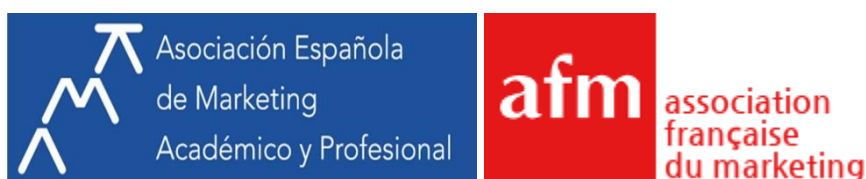
Enlace a la web del congreso con toda la información:
<http://www.aemarkcongresos.com/congreso2022/index.php/es/>

De acuerdo con su vocación de impulsar la investigación y docencia en el ámbito del Marketing, AEMARK convoca diversos premios, que se entregan anualmente en el Congreso Internacional de Marketing:

1. Premio Trayectoria en Marketing
2. Premio Mejor Artículo de Investigación
3. Premio Mejor Artículo Publicado en la Spanish Journal of Marketing -ESIC
4. Premio Mejor Tesis Doctoral
5. Reconocimiento a la Mejor Ponencia
6. Reconocimiento al Mejor Trabajo en Curso
7. Reconocimiento al Mejor Póster
8. Ayudas Investigadores Latinoamericanos
9. Ayudas a Investigadores de la asociación Francesa de Marketing (afm)
10. Reconocimiento Aemark a la Excelencia en Marketing
11. Premio al Mejor Revisor de Spanish Journal of Marketing -ESIC

La información y bases actualizadas de los premios AEMARK 2022 está disponible en la web de la asociación: <https://www.aemark.org/index.php/es-es/nosotros/premiosaemark>

Ayudas a la investigación conjunta de socios de AEMARK y la Asociación Francesa de Marketing (afm)



Para fomentar las colaboraciones de investigación internacionales, AEMARK y la Asociación Francesa de Marketing (Association Française du Marketing o AFM) han decidido financiar unas ayudas a la investigación conjunta. El objetivo de estas ayudas de investigación es apoyar colaboraciones de investigación entre al menos un socio de AEMARK y un socio de AFM. AEMARK financiará tres ayudas de investigación de 500 € (un máximo de una por persona y artículo) para ayudar a investigadores franceses socios de AFM a asistir y presentar un trabajo coautorizado con socios de AEMARK [en el Congreso Internacional de Marketing AEMARK](#). De forma recíproca, AFM financiará tres ayudas de la misma naturaleza para investigadores españoles socios de AEMARK que quieran asistir y presentar una investigación conjunta con socios de AFM en a la Conferencia Anual de AFM.

Las bases de las ayudas están disponibles en el siguiente enlace: https://www.aemark.org/index.php/es-es/?option=com_content&view=article&id=696.

BREAKING NEWS



OFERTAS EMPLEO

Beca de doctorado Universidad de Portsmouth. Proyecto “Consumer engagement in cause-related marketing: the positive outcomes of consumer empowerment and personal relevance”



Applications are invited for a fully-funded three year PhD to commence in October 2022. The PhD will be based in the Faculty of Business and Law, and will be supervised by Dr Diletta Acuti, Dr Marta Nieto-Garcia and Professor Giampaolo Viglia.

Successful applicants will receive a bursary to cover tuition fees for three years and a stipend in line with the UKRI rate (£15,609 for 2021/2022). As part of the bursary, the Faculty of Business and Law may fund fieldwork expenses (currently £2,000) over the total period of PhD study. We also offer funding to attend conferences, training and a work-based placement.

Project description

Consumers increasingly expect organisations to be more prosocial, a demand to which some companies respond by implementing cause-related marketing initiatives. Such activities enable companies to increase their sales or improve their image while supporting a charitable cause. Because of the importance of cause-related marketing activities for raising consumers’ awareness of social issues and, ultimately, for fundraising, it is paramount to understand which cause-related marketing initiatives are more effective and why. Consistent with this need, this PhD project aims to identify how companies can improve the effectiveness of their cause-related marketing strategies. Specifically, the project will focus on two cause-related marketing strategies (i.e., buy-one give-money and the buy-one-give-one) and their implementation in a service context. Through a consumer psychology lens, we intend to measure the impact of these strategies on consumer engagement in donations and the psychological factors that lead to this effect.

To achieve such purposes, the candidate is expected to develop a systematic review of the literature on cause-related marketing that clarifies the current research gaps and sets the basis for further research in the field. Next, the candidate is expected to run a series of online/lab and field experiments to test the effect of specific cause-related marketing initiatives on consumer donations.

General admissions criteria

You'll need a first class degree from an internationally recognised university (minimum upper second class or equivalent, depending on your chosen course) or a Master's degree in an appropriate subject. In exceptional cases, we may consider equivalent professional experience and/or qualifications. English language proficiency at a minimum of IELTS band 6.5 with no component score below 6.0.

Specific candidate requirements

Interested candidates should have a background in the social sciences, preferably in marketing or psychology/consumer psychology. Candidates should have some knowledge of quantitative research methods; specifically, a knowledge of experimental methods would be appreciated. Candidates without such experience should be willing to develop their skills in this area as part of the project.

How to Apply

We'd encourage you to contact Dr Diletta Acuti (diletta.acuti@port.ac.uk) to discuss your interest before you apply, quoting the project code.

When you are ready to apply, you can use our online application form. Make sure you submit a personal statement, proof of your degrees and grades, details of two referees, proof of your English language proficiency and an up-to-date CV. Our 'How to Apply' page offers further guidance on the PhD application process.

If you want to be considered for this funded PhD opportunity you must quote project code MKTG7030522 when applying.

More information: <https://www.findaphd.com/phds/project/consumer-engagement-in-cause-related-marketing-the-positive-outcomes-of-consumer-empowerment-and-personal-relevance/?p140798>

Faculty Position in Associate Professor of Practice. Esade Business School, Marketing Department



Esade Business School seeks to appoint a non-tenured faculty member with a professional and teaching profile in the area of Digital Marketing. The successful candidate is expected to join Esade in September 2022.

Candidates should have a proven successful teaching record in the area of digital marketing. Excellent teaching skills in English are expected and the ability to work with students at all levels: undergraduate, masters and executive. It is also expected that they own a PhD or DBA at the time of joining Esade.

Ideal candidates should also have close connections with management practice and/or professional experience in the area of digital marketing/business. In addition, it will be especially appreciated that the candidates show the ability to conduct academic research resulting in papers/studies targeted to academic journals. In this same line, ideal candidates should also have written articles for practitioner audiences and contributed to the social debate in mass media.

Interested parties should send:

A cover letter containing a brief statement of teaching and scholarship interests.

- A CV.
- The names and contact details of three people who have agreed to act as possible referees.
- Two recent examples of publications and or pedagogical material (cases, technical notes)
- Any other information such as teaching evaluations, teaching awards, etc. that can help the selection committee.

Please send your materials by e-mail in a unique pdf to: facultypositions@esade.edu
Ref.: Marketing - Associate Professor of Practice

The **deadline** to send applications is **April 1st, 2022**.

More information: https://www.esade.edu/itemsweb/wi/faculty-positions/Esade_Faculty_Position_Associate_Professor_of_Practice.pdf

RECONOCIMIENTOS Y PREMIOS A LOS SOCIOS DE AEMARK

Asociación Española
de Marketing
Académico y Profesional

Andrea Pérez Ruiz, nueva Profesora Titular del Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Cantabria

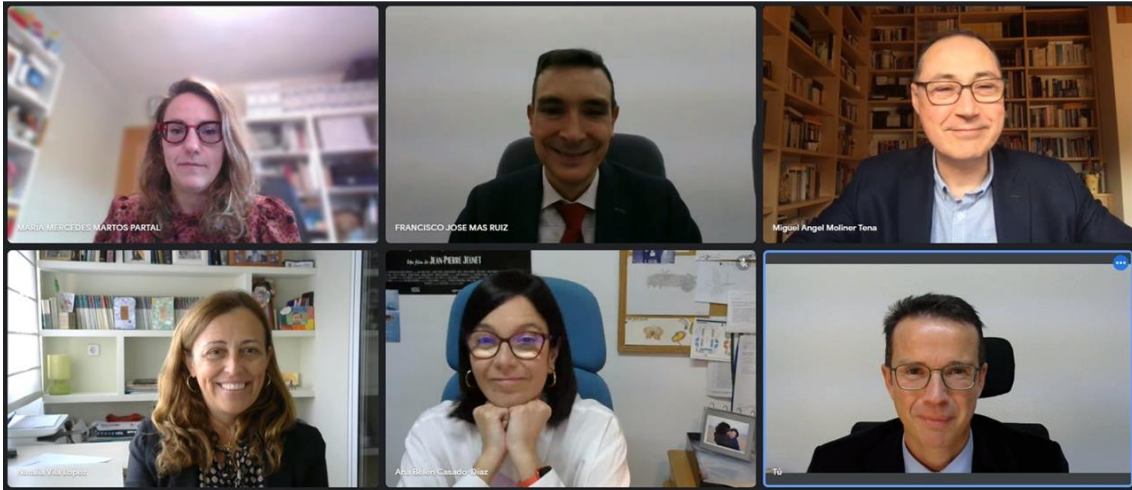
El pasado día 4 de enero, tuvo lugar el concurso de acceso al cuerpo docente de Profesor Titular de Universidad en el Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Cantabria.

El evento, se realizó de forma híbrida y contó con la comisión evaluadora formada por los profesores D.ª Silvia Tamayo Haya (Universidad de Cantabria), D.ª Maria Del Mar Garcia de los Salmones Sánchez (Universidad de Cantabria), D. Carlos López Gutiérrez (Universidad de Cantabria), D. Longinos Marín Rives (Universidad de Murcia), y D.ª Clementina Galera Casquet (Universidad de Extremadura).



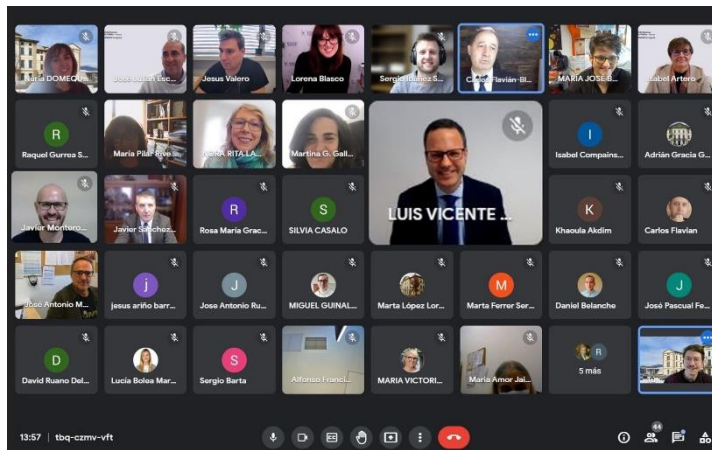
Ana Belén Casado Díaz, nueva Catedrática del Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Alicante.

El pasado 4 de febrero tuvo lugar el concurso de acceso al cuerpo docente de Catedrático/a de Universidad, en el Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Alicante. El acto contó con la comisión evaluadora formada por los profesores Dr. Francisco José Mas Ruiz (Universidad de Alicante), Dr. Miguel Ángel Moliner Tena (Universidad Jaume I), Dra. Natalia Vila López (Universidad de Valencia), Dra. Mercedes Martos Partal (Universidad de Salamanca), y Dr. Ricardo Sellers Rubio (Universidad de Alicante).



Luis Vicente Casalo Ariño, nuevo Catedrático del Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Zaragoza.

El pasado día 11 de febrero tuvo lugar el concurso de acceso al cuerpo de Catedráticos de Universidad en la Universidad de Zaragoza. La comisión evaluadora estuvo formada por los Catedráticos de Universidad D. Carlos Flavián Blanco (Universidad de Zaragoza), D.^a Nora Lado Cousté (Universidad Carlos III), D.^a Martina González-Gallarza Granizo (Universidad de Valencia), D. Javier Sánchez García (Universitat Jaume I) y D.^a María Pilar Rivera Torres (Universidad de Zaragoza). Al evento, realizado en formato online, asistieron más de medio centenar de personas.



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

