



Estimados compañeros/socios de AEMARK,

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

- Nuestra asociación: XXXIV Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2023.
- Nuestra asociación: Gran acogida del seminario de investigación AEMARK 2023.
- Spanish Journal of Marketing-Esic, se consolida entre las revistas top de marketing
- Call for papers: Marketing Experiencial en Turismo, REE 2024.
- Call for papers: II Congreso Internacional de Metodología de Investigación en Ciencias Sociales 2024.
- Convocatoria II Premio UAM-Asseco Business Case 2023.
- Convocatoria 41 Edición Premios Aster Reconocimiento de nuestros compañeros: Nombramientos y Tesis.

Un cordial saludo,

Natalia Rubio Benito



AEMARK



XXXIV CONGRESO
INTERNACIONAL DE MARKETING
MADRID 2023

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

Próximo a celebrarse en Madrid el XXXIV Congreso Internacional de Marketing los días 6 a 8 de septiembre de 2023, los congresistas pueden consultar el programa [aquí](#).

En la presente edición el Congreso dará inicio en la mañana del día 6, con la recepción y sesiones del Doctoral Colloquium. El mismo día y en la jornada vespertina, se celebrará la ceremonia de inauguración.

En las siguientes jornadas (días 7 y 8) tendrán lugar un total de 13 sesiones paralelas, correspondientes a 6 áreas temáticas, para las presentaciones de ponencias, trabajos en curso y póster. Las instrucciones de presentación se pueden consultar [aquí](#).

Se realizarán 3 sesiones plenarias los días 7 y 8. El día 7 tendrá lugar la sesión Meet the Editors. El día 8 tendrán lugar las dos siguientes sesiones: Keynote speaker y Asamblea General de AEMARK.

Los actos del Congreso finalizarán con el acto de clausura, en el que se harán entrega de los Premios AEMARK:

- Premio Trayectoria en Marketing
- Premio Mejor Artículo de Investigación
- Premio Mejor Artículo Publicado en la Spanish Journal of Marketing -ESIC
- Premio Mejor Tesis Doctoral
- Reconocimiento a la Mejor Ponencia
- Reconocimiento al Mejor Trabajo en Curso
- Reconocimiento al Mejor Póster
- Reconocimiento AEMARK a la Excelencia en Marketing
- Premio al Mejor Revisor de Spanish Journal of Marketing -ESIC

Podéis acceder a la información de los premios [aquí](#).

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

Disfrutad del verano. Nos vemos en Madrid en septiembre.

Comité Organizador

GRAN ACOGIDA DEL SEMINARIO INVESTIGACIÓN AEMARK 2023



Los días 18 y 19 del presente mes de julio, se celebraron la 2ª edición del seminario de investigación que trató el análisis de la mediación, moderación y mediación moderada con la macro PROCESS para SPSS.

El seminario, impartido por Juan José Igartua Perosanz (Universidad de Salamanca) se celebró en modalidad online y ha contado con la asistencia de profesores procedentes de gran parte de las universidades españolas.

Desde AEMARK queremos agradecer tanto al ponente, como participantes y organizadores, por su presencia e interés en el seminario. Estamos muy satisfechos por la respuesta que han tenido y el aprendizaje y conocimientos compartidos.

Esperamos que hayan sido de utilidad en el desarrollo de vuestra actividad investigadora.

¡¡Muchas gracias a todos, como siempre, por vuestra confianza en las actividades de AEMARK!!

Introducción al análisis de la mediación, moderación y mediación moderada con la macro PROCESS para SPSS

Dr. Juan José Igartua
Universidad de Salamanca
Observatorio de los Contenidos Audiovisuales (OCA)
igiartua@usal.es - www.ocausal.es

X → M → Y X → W → Y X → M → Y (W moderates X → M)



SPANISH JOURNAL OF MARKETING-ESIC SE CONSOLIDA ENTRE LAS REVISTAS TOP DE MARKETING

Estimados compañer@s,

Es estupendo poder constatar, el gran impacto logrado por SJM-ESIC según los últimos datos ofrecidos por Scopus. De hecho, el CiteScore definitivo de Scopus se ha situado en 7,5. Esto nos ubica en la posición 50 de 203 revistas en la categoría de marketing y por lo tanto dentro del primer cuartil (Q1) de las revistas de dicha categoría. Por término medio, cada uno de los trabajos publicados en SJM-ESIC durante los últimos 4 años, ha tenido 7,5 citas durante este período.

De igual manera, estos datos permiten consolidar un año más la tendencia creciente en el impacto logrado por la revista durante los últimos años. El CiteScore (2022)=7,5 supone continuar con la senda de crecimiento de los años previos (CiteScore 2021=6,8 ó CiteScore 2020=5,7) y confirmar que la posición de SJM-ESIC entre las revistas de

más alto impacto en el contexto internacional no fue casual, sino que es algo bien merecido que permite reflejar el esfuerzo y buen trabajo desarrollados por los autores, revisores y el equipo editorial durante los últimos años.

Un análisis de posicionamiento relativo nos permite constatar que el impacto de SJM-ESIC en 2022 sitúa a la revista con un impacto similar al de *Psychology and Marketing*, *Journal of Services Marketing* o *Journal of Marketing Management*. De igual manera, se consolida el posicionamiento de la revista por delante de otras revistas de gran trayectoria en nuestra disciplina como son *Journal of Consumer Psychology*, *European Journal of Management and Business Economics*, *Journal of Marketing Education*, etc.

Sin duda alguna, la evolución de la revista durante estos años ha sido francamente satisfactoria. Por ello es lógico agradecer el gran apoyo a todos los compañeros que han publicado, evaluado o citado los trabajos de SJM-ESIC. Permitidnos destacar en las próximas tablas y gráficos el especial apoyo prestado por los autores, universidades y países que más han contribuido a consolidar esta excelente posición lograda por SJM-ESIC.

Esperamos seguir contando con vuestro apoyo y el de muchos más compañeros, para seguir consolidando un excelente posicionamiento internacional durante los próximos años.

¡Muchas gracias a todos!

Carlos Flavián

Editor SJM-ESIC



Artículos que citan por autor	
Belanche, Bilro, Casaló, Flavián, Ibáñez, Loureiro y Molinillo.	+10
Ahmad, Bande, Camillieri, Campón, Flavián, Gurrea, Hernández-Mogollón, Japutra, Liébana, Orús, Veloso.	6-9
Bigné, Barta, Casado-Aranda, Castro-González, Di-Clemente, Hidayanto, Sánchez-Fernandez.	5

Artículos que citan por país	
España, India, Indonesia, China, Malasia, USA y Portugal.	+50
Pakistan, Reino unido, Korea, Vietnam, Australia, Taiwan, Arabia Saudí, Turquía, Emiratos Árabes Unidos y Tailandia.	20+
Sudáfrica, Italia, Irán, Jordania, Colombia, México, Bangladesh, Holanda, Rumanía, Rusia, Polonia, Japón y Brasil.	+10

Artículos que citan por Universidad	
Zaragoza, ISCTE-Lisboa, Granada, Valencia, Bina Nusantara University	+15
Málaga, Autónoma de Madrid, Murcia, Universitas Indonesia, Sains Malaysia, Extremadura, Johannesburg, León, Salamanca, Alcalá, País Vasco, Santiago, King Faisal, Sevilla, Malta, Central de Punjab, Symbiosis International, Western Australia, Aligarh Muslim, COMSATS, UCSI, Castilla la Mancha, National Taiwan, Oviedo, Porto, Multimedia, Malaysia Sabah, Rey Juan Carlos, Burgos, Wuhan, Taylors', Industrial University of Ho Chi Minh City.	+5

BREAKING NEWS



CALL FOR PAPER

MARKETING EXPERIENCIAL EN TURISMO. NUEVOS RETOS Y TENDENCIAS (Número especial febrero 2024)

Revista de Estudios Empresariales
Segunda Época



El objetivo de este número especial es poder recopilar y dar visibilidad a las contribuciones más recientes relacionadas con la experiencialidad en el turismo, y en la explicación de su relación con otras variables como la emocionalidad, la memorabilidad y el bienestar, tanto de los turistas como de comunidades anfitrionas, desde el punto de vista de marketing.

Los temas en los que se centra este número se enumeran a continuación, a modo de ejemplo, sin inconveniente de poder incluir otros afines que puedan surgir a lo largo de la recopilación de contribuciones.

- Elementos de la experiencialidad en turismo.
- Diferencias entre turismo experiencial y tradicional.
- Experiencias memorables y sus efectos en el fenómeno turístico.

- Experiencialidad y sostenibilidad de los destinos turísticos.
- Turismo de las experiencias y bienestar de los consumidores y de las comunidades anfitrionas.
- El papel y la naturaleza de la calidad en turismo experiencial.
- La experiencia turística y su relación con las intenciones de comportamiento futuro.
- El papel de la experiencialidad en la intermediación y comercialización turística.
- Etc.

Calendario propuesto:

- Fecha de envío de originales: marzo 2024.
- Fecha prevista de publicaciones: julio 2024.

Idiomas: Español o inglés.

Editores invitados: Ana María Campón-Cerro, Elide Di-Clemente y José Manuel Hernández-Mogollón. Universidad de Extremadura (España)

Para más información visite nuestro site [aquí](#).

**II Congreso Internacional de Metodología de Investigación en Ciencias Sociales
(8-10 de abril de 2024)**



El 2º Congreso Internacional de Metodología de Investigación en Ciencias Sociales organizado por Qualitativa y avalado y auspiciado por el International Institute of Qualitative Inquiry, dirigido por Norman Denzin, de la Universidad de Illinois, propone reunir a investigadores e investigadoras con el fin de generar un espacio de trabajo, debate y actualización respecto de los métodos de investigación en el ámbito de las ciencias sociales.

El congreso se realizará de modo virtual los días 10, 11 y 12 de abril de 2024.

Los interesados en participar deberán enviar un **abstract de entre 200 y 300 palabras**, a través del formulario de inscripción al congreso.

Fechas importantes:

- Recepción de resúmenes de trabajos: del 28 de agosto al 17 de noviembre.
- Comunicación de aceptaciones de trabajos: 12 de diciembre.
- Inscripción al congreso: 15 de diciembre al 15 de marzo.

Socios AEMARK

Hasta 3 socios de AEMARK con trabajos aceptados para su presentación en el congreso podrán inscribirse de forma gratuita, por riguroso orden cronológico de inscripción.

Líneas temáticas para el envío de trabajos:

01- Análisis de métodos y técnicas	09- Uso de softwares para el análisis de datos
02- Procedimientos de análisis de cualitativos /análisis del discurso	10- Etnografías
03- Procedimientos y técnicas de análisis de datos cuantitativos	11- Nuevos desarrollos en recolección y análisis de datos cuantitativos y cualitativos
04- Investigación en Educación	12- Integración de métodos
05- Investigación en Salud	13- Estudios de género
06- Investigación en comunicación	14- Prácticas creativas (Autoetnografía, narrativa, performance, otras)
07- Investigación en organizaciones	15- Investigación en política
08- Investigación de mercados	

Más información: <https://www.qualitativa.es/congreso-2024/>

Para consultas escribir a congresoqualitativa@gmail.com

Dirección General del Congreso: Dr. Aldo Merlino

Coordinación: Diego Passamonte



II Premio UAM-Asseco Business Case 2023



La Cátedra UAM-Asseco en Economía y Gestión de la Innovación convoca el **II PREMIO UAM-Asseco Business Case 2023**, con el objetivo de fomentar el intercambio de experiencias en el ámbito de la gestión de la innovación en las organizaciones.

El lema elegido en esta segunda edición es: **La Inteligencia Artificial como motor del emprendimiento responsable hacia un futuro próspero y sostenible**

El objetivo del Business Case debe estar enfocado a responder a cómo la Inteligencia Artificial puede ayudar a la innovación y la creación de nuevos modelos de negocio, potenciando la capacidad transformadora de la actividad empresarial sobre las fuerzas productivas y la vida de los ciudadanos.

Se valorarán positivamente:

- Aquellos proyectos que tengan el potencial de afectar a más de un sector o región.
- Aquellos proyectos que se relacionen directa o indirectamente con los retos de la llamada “transición gemela”, hacia la sostenibilidad y digitalización.
- Aquellos proyectos enfocados a la monitorización del turista o ciudadano siempre teniendo en cuenta la Directiva Europea sobre Protección de Datos.

La dotación del premio son 4.000EUR. Se aceptarán propuestas en inglés y en español.

El plazo de presentación de los trabajos finaliza el día **30 de noviembre de 2023**.

Los trabajos deben ser enviados por correo electrónico a la dirección: catedra.uam-asseco@uam.es

Las bases completas de la convocatoria se pueden encontrar [aquí](#).



Desde el año 1982, ESIC convoca anualmente los Premios Aster, unos galardones destinados a reconocer los méritos de personas y entidades alcanzados en el ejercicio

de su actividad profesional y que fomentan la integración entre formación académica y labor empresarial.

Este año los premios, que en 2023 celebran ya su 41 aniversario, continúan con el mismo espíritu inicial, potenciando la integración entre la formación académica y la vida empresarial.

Cuentan entre los galardonados con destacados profesionales, empresas e instituciones de nuestro país a los que queremos darles las gracias por hacer de estos premios uno de los galardones más desatacados del entorno empresarial en España.

Te animamos a participar en esta 41 edición y entrar a formar parte de la historia de los Premios Aster.

Las diferentes categorías en las que se puede participar, son:

Trayectoria empresarial,	Comunicación,	Marketing
Trayectoria profesional,	Investigación	Innovación digital
Mejor proyecto emprendedor,	Marketing y valores	

Fechas clave:

- **Plazo de inscripción de candidaturas:** del 18 de julio al 15 de noviembre de 2023.
- **Almuerzo votación Jurados Aster:** 30 de noviembre de 2023.
- **Gala de la 41ª edición de los Premios Aster:** 22 de febrero de 2024.

Más información [aquí](#).

Contacto: premiosaster@esic.edu



Mónica Cortiñas Ugalde, nueva Catedrática del Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad Pública de Navarra

El pasado 5 de julio, tuvo lugar el concurso de acceso al cuerpo docente de Catedráticos de Universidad, en el Área de Comercialización e Investigación de Mercados, de D^a. Mónica Cortiñas Ugalde. El acto contó con la comisión evaluadora formada por los profesores Marta Frasset del Toro como presidenta (Universitat de València), Javier Cebollada Calvo como secretario (Universidad Pública de Navarra) y como vocal Óscar González Benito (Universidad de Salamanca).



María Sicilia Piñero, nueva Catedrática del Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Murcia

El pasado 20 de julio, tuvo lugar el concurso de acceso al cuerpo docente de Catedráticos de Universidad, en el Área de Comercialización e Investigación de Mercados, de D^a María Sicilia Piñero. El acto contó con la comisión evaluadora formada por los profesores Salvador Ruiz de Maya como presidente (Universidad de Murcia), Longinos Marín Rives como secretario (Universidad de Murcia) y como vocales Carlos Flavián Blanco (Universidad de Zaragoza), Ana Isabel Rodríguez Escudero (Universidad de Valladolid) y Amparo Cervera Taulet (Universitat de València).



**TESIS DOCTORALES DIRIGIDAS /
DEFENDIDAS POR SOCIOS**

Asociación Española
de Marketing
Académico y Profesional

Claudia Goyes Yépez, nueva doctora de la Universitat de València

El pasado día 9 de marzo tuvo lugar el acto de lectura y defensa de la Tesis Doctoral: *“Influencia de la percepción multisensorial en la experiencia, satisfacción y felicidad del consumidor de música en vivo. Efecto moderador de la discapacidad”* de la que es autora Dña. Claudia Goyes Yépez de la Universitat de València, y que ha sido dirigida por el Dr. Manuel Cuadrado García, de la Universitat de València. El tribunal evaluador estuvo compuesto por el Dr. Alejandro Molla Descals de la Universitat de València (Presidente), la Dra. Sara Campo Martínez (Secretaria) y la Dra. Maria Beatriz Plaza Inchausti de la Universidad del País Vasco (Vocal). El trabajo obtuvo la máxima calificación, Sobresaliente Cum Laude.



Víctor Martínez Molés, nuevo doctor de la Universidad de Valencia

El pasado 30 de marzo, tuvo lugar el acto de lectura y defensa de la Tesis Doctoral: *"La realidad virtual en la fase precompra del turismo de cruceros: un estudio experimental basado en la variable presencia"* de la que es autor Víctor Martínez Molés de la Universidad de Valencia y, que ha sido dirigida por la Dra. Amparo Cervera Taulat, la Dra. Carmen Pérez Cabañero y el Dr. José Vila Gisbert de la Universidad de Valencia. El tribunal evaluador estuvo compuesto por Dr Salvador Ruiz de Maya (Universidad de Murcia), Dra. Silvia Sanz Blas (Universidad de Valencia) y Dra. Helena Alves (Universidad de Beira Interior, Covilha). La calificación otorgada, de forma unánime, fue Sobresaliente Cum Laude con mención internacional.



María del Mar Martín García, nueva doctora de la Universidad de Almería

El pasado 12 de junio tuvo lugar el acto de lectura y defensa de la Tesis Doctoral: "*Golf, much more a sport. Market-oriented trichotomous analysis*" de la que es autora Dña. María del Mar Martín García de la Universidad de Almería y que ha sido dirigida y tutorizada por D. José Luis Ruiz Real y D. Juan Carlos Gázquez Abad, respectivamente. El tribunal evaluador estuvo compuesto por D. Juan Antonio Mondéjar Jiménez (Universidad de Castilla-La Mancha), Dña. Gabriela Tigu (Bucharest University of Economic Studies) y D. Jaime de Pablo Valenciano (Universidad de Almería). La calificación otorgada, de forma unánime, fue Sobresaliente Cum Laude.



Kathy Elizabeth Murillo Acuña, nueva doctora por la Universidad Autónoma de Madrid

El pasado día 24 de julio tuvo lugar en la Universidad Autónoma de Madrid el acto de lectura y defensa de la Tesis Doctoral: "*Análisis de los componentes del valor de marca en las Organizaciones No Lucrativas: Factores explicativos de las intenciones conductuales de los grupos de interés*" de la que es autora Dña. Kathy Elizabeth Murillo Acuña, y que ha sido dirigida por el Prof. Dr. Javier Oubiña Barbolla, de la Universidad Autónoma de Madrid. El tribunal evaluador estuvo compuesto por el Dr. Juan Antonio Mondéjar Jiménez, catedrático de la Universidad de Castilla- la Mancha (Presidente), el Dr. Juan Carlos Gázquez Abad, catedrático de la Universidad de Almería (vocal) y la Dra. Nieves Villaseñor Román, profesora de la Universidad Autónoma de Madrid (Secretaria). La defensa tuvo lugar en la Sala de Grados de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Autónoma de Madrid, y el trabajo obtuvo la máxima calificación: Sobresaliente "Cum Laude".



Paula Bitrián Arcas, nueva doctora de la Universidad de Zaragoza

El pasado 10 de julio, tuvo lugar el acto de lectura y defensa de la Tesis Doctoral: “*Analysing the effectiveness of gamification: a strategy to create engaging, motivating and enjoyable user experiences*” de la que es autora Dña. Paula Bitrián Arcas de la Universidad de Zaragoza y, que ha sido dirigida por la Dra. Isabel Buil Carrasco y la Dra. Sara Catalán Gil de la Universidad de Zaragoza. El tribunal evaluador estuvo compuesto por la Dra. Natalia Vila López de la Universidad de Valencia (Presidenta), la Dra. Iguácel Melero Polo de la Universidad de Zaragoza (Secretaria) y el Dr. Tiago Oliveira de la Universidade Nova de Lisboa (Vocal). La defensa tuvo lugar en el Salón de Grados de la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Zaragoza y el trabajo obtuvo la máxima calificación, Sobresaliente “Cum Laude”.



Sergio Barta, nuevo doctor de la Universidad de Zaragoza

El pasado 7 de julio tuvo lugar el acto de lectura y defensa de la Tesis Doctoral: "*Augmented reality as a tool to improve decision-making in online shopping: mitigating the problem of product return*" de la que es autor D. Sergio Barta y que ha sido dirigida por Dr. Carlos Flavián y Dra. Raquel Gurrea, de la Universidad de Zaragoza. El tribunal evaluador estuvo integrado por Sandra Loureiro (ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa), Luis Casaló (Universidad de Zaragoza) y Carla Ruiz Mafé (Universitat de València). El trabajo fue evaluado con la máxima calificación, Sobresaliente Cum Laude.



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

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**.