

Programa congreso

Miércoles 9 Septiembre					
16:00	ENTREGA DOCUMENTACIÓN (Civican)				
19:00	INAUGURACIÓN DEL CONGRESO (Civican)				
21:00	SESIÓN DE ESTRELLAS Y COCKTAIL DE BIENVENIDA (Planetario de Pamplona)				
Viernes 11 Septiembre					
	SESIÓN POSTER				
9-10:30	NUEVAS TECNOLOGÍAS Y E- MARKETING I	CALIDAD, SATISFACCIÓN Y LEALTAD I	MARKETING DE RELACIONES (B2C)	MARKETING TURÍSTICO I	MARKETING SOCIAL I
10:30-11:00	PAUSA-CAFÉ				
11:00-12:30	DISTRIBUCIÓN Y GESTIÓN MINORISTA	MODELIZACIÓN	MARKETING EN LAS EMPRESAS /ORGANIZACIONES	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR I	MARKETING Y RSC
12:30-14:00	ENCUENTRO CON EDITORES		SESIÓN TESIS DOCTORALES I		
14:00-15:45	ALMUERZO DE TRABAJO (Hotel Blanca de Navarra)				
16:00-17:30	SESIÓN PROFESIONAL		SESIÓN TESIS DOCTORALES II	Sesión Póster con Autores	
17:30-19:30	MARKETING TURÍSTICO II	COMUNICACIÓN COMERCIAL	NUEVAS TECNOLOGÍAS Y E-MARKETING II	MARKETING CROSS- CULTURAL	DOCENCIA EN MARKETING
20:00	VISITA GUIADA POR EL CENTRO HISTÓRICO DE PAMPLONA. Degustación de Pintxos				
Viernes 11 Septiembre					
09:00-10:30	NUEVAS TECNOLOGÍAS Y E-MARKETING III	MARKETING TURÍSTICO III	CALIDAD, SATISFACCIÓN Y LEALTAD II	DNP E INNOVACIÓN	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR II
10:30-11:00	PAUSA-CAFÉ				
11:00-12:30	CONFERENCIA INVITADA				
12:30-14:00	JUNTA GENERAL AEMARK				
14:00-15:45	ALMUERZO DE TRABAJO (Civican)				
16:00-18:00	MARKETING TURÍSTICO IV	NUEVAS TECNOLOGÍAS Y E-MARKETING IV	MARKETING DE RELACIONES (B2B)	MARKETING SOCIAL II	
18:00-19:00	CLAUSURA Y ENTREGA DE PREMIOS (Civican)				
21:30	CENA DE CLAUSURA (Restaurante Europa)				

PROGRAMA DETALLADO

MIÉRCOLES 9. JORNADA DE RECEPCIÓN Y ACOGIDA JORNADA DE I DOCTORAL COLLOQUIUM

	I DOCTORAL COLLOQUIUM
16:00	ENTREGA DE DOCUMENTACIÓN. LUGAR: CIVICAN
19:00	INAGURACIÓN DEL CONGRESO. LUGAR: CIVICAN
21:00	COCKTAIL DE BIENVENIDA (Planetario de Pamplona)

POSTER

Understanding the impact of electronic word-of-mouth (e-Wom) on corporate reputation.

Aramendia-Muneta, María Elena (Universidad Pública de Navarra)

Perceived community support, relationship quality and extended technology acceptance model: a knowledge structures approach based on social network sites

Sánchez-Franco, Manuel Jesús (Universidad de Sevilla)

Orientación al mercado y desempeño en las ongd españolas. Un análisis de su relación y efectos mediadores.

Valero Amaro, Víctor (Universidad de Extremadura)

Galera Casquet, Clementina (Universidad de Extremadura)

Barroso Méndez, María Jesús (Universidad de Extremadura)

Galán Ladero, María Mercedes (Universidad de Extremadura)

Trabajo colaborativo multidisciplinar: experiencia práctica marketing-ingeniería.

Roncal Oloriz, Cristina (Universidad Pública de Navarra)

Sagües García, Mikel (Universidad Pública de Navarra)

Open collaboration in the internet: a conceptual big data innovation model.

Lorenzo Romero Carlota (Universidad de Castilla-La Mancha)

Constantinides Efthymios University of Twente (Enschede, Netherlands)

Del Pozo Ruiz, Leticia (Universidad de Castilla-La Mancha)

Gómez Borja Miguel Ángel (Universidad de Castilla-La Mancha)

El miedo al contagio cuando el producto se puede tocar y su impacto en las decisiones de consumo.

Abril Ruiz, Ángel (Universidad de Murcia)

Ruiz De Maya, Salvador (Universidad de Murcia)

López López, Inés (Universidad de Murcia)

Desarrollo de una escala para la medición de la experiencia de marca en el entorno multicanal.

Pascual Marimón, Pilar (Universitat de València)

Frasquet Deltoro, Marta (Universitat de València)

Mollá Descals, Alejandro (Universitat de València)

Interactions in call centers: angry customers don't come back

Fernández Sabiote Estela (Universidad de Murcia)

López López Inés (Universidad de Murcia)

Jueves 10 - 9:00 a 10:30

NUEVAS TECNOLOGÍAS Y E-MARKETING I

Sala I. Idioma: Castellano

Multichannel shopper segmentation across the shopping process. (Ponencia)

Frasquet Deltoro, Marta (Universitat de València)

Mollá Descals, Alejandro (Universitat de València)

Ruiz Molina, María Eugenia (Universitat de València)

Motivadores del showrooming y el webrooming (Trabajo en curso)

Rodríguez Torrico, Paula (Universidad de Burgos)

San José Cabezudo, Rebeca (Universidad de Valladolid)

San Martín Gutiérrez, Sonia (Universidad de Burgos)

Estímulos web, apego al sitio web y la repetición de compra de viajes por Internet. (Ponencia)

Prodanova, Jana (Universidad de Burgos)

San-Martín, Sonia (Universidad de Burgos)

Jiménez, Nadia (Universidad de Burgos)

Configuración y efectos de la actitud hacia la publicidad móvil: algunas evidencias en el contexto del marketing móvil de permiso. (Ponencia)

Izquierdo Yusta, Alicia (Universidad de Burgos)

Martínez Ruíz, M^a Pilar (Universidad de Castilla la Mancha)

Olarte Pascual, Cristina (Universidad de La Rioja)

Reinares Lara, Eva (Universidad Rey Juan Carlos)

El efecto de la gamificación en la compra de productos hedónicos. (Trabajo en curso)

Díaz Martínez, Beatriz (Universidad de Murcia)

López López, Inés (Universidad de Murcia)

Cuestas Díaz, Pedro Jesús (Universidad de Murcia)

Jueves 10 - 9:00 a 10:30 -

CALIDAD, SATISFACCIÓN Y LEALTAD I

Sala 2. Idioma: Castellano

Customer Satisfaction and Switching intention in Mobile Services: Does the type of subscription contract matter? (Ponencia)

Calvo Porral, Cristina (Universidad de A Coruña)

Faiña Medín, Andrés (Universidad de A Coruña)

Nieto Mengotti, Manuel (Universidad de A Coruña)

Desarrollo y validación de una escala para medir la fidelidad de los consumidores hacia las tiendas. (Ponencia)

García García, Carmen (Universidad Autónoma de Madrid)

Fabero Fernández de Martos, Marina (Universidad Autónoma de Madrid)

Dimensiones de valor, satisfacción cognitiva y afectiva y lealtad. Evidencias para el comportamiento de compra. (Ponencia)

González Gallarza, Martina (Universitat de València)

Ruiz Molina, Eugenia (Universitat de València)

Gil Saura, Irene (Universitat de València)

Creación de satisfacción y lealtad en nuevos canales : Private sales clubs. (Ponencia)

Betancourt, Roger R. (University Of Maryland)

Chocarro Eguaras, Raquel (Universidad Pública de Navarra)

Cortiñas Ugalde, Monica (Universidad Pública de Navarra)

Elorz Domezain, Margarita (Universidad Pública de Navarra)

Jueves 10 - 9:00 a 10:30

MARKETING DE RELACIONES (B2C)

Sala 3. Idioma: Castellano

Effects of positive and negative emotions about customer satisfaction and purchase intentions: the moderating role of age. (Ponencia)

Ruiz Vega, Agustín V. (Universidad de La Rioja)

Gil López, Alfonso; (Universidad de La Rioja)

Riaño Gil, Consuelo Universidad de La Rioja

Efectos del antropomorfismo en la creación de vínculos emocionales en la relación marca–consumidor: la generación de amor a la marca. (Ponencia)

Peláez Muñoz, Jenny (Universidad del Valle, Colombia)

Delgado Ballester, María Elena (Universidad de Murcia)

Palazón Vidal, Mariola (Universidad de Murcia)

El rol dual del enfoque orgánico en la gestión de las reclamaciones y quejas. (Trabajo en curso)

SPhabmixay , Chanthaly (Universidad de Valladolid)

Rodríguez Pinto, Javier (Universidad de Valladolid)

Rodríguez Escudero, Ana Isabel (Universidad de Valladolid)

Analysis of customer co-creation over the relationship life cycle. (Trabajo en curso)

Melero Polo, Iguácel (Universidad de Zaragoza)

Cambra Fierro, Jesús (Universidad Pablo de Olavide)

Sese F., Javier (Universidad de Zaragoza)

Jueves 10 - 9:00 a 10:30 -

MARKETING TURÍSTICO I

Sala 4. Idioma: Castellano

Marketing experiencial en el sector hotelero. (Ponencia)

Castañeda García, José Alberto (Universidad de Granada)

Oliveros Tamayo, Paulina (Universidad de Granada)

Assessing mediterranean tourists' quality of service experience through a formative approach. (Ponencia)

Pérez Cabañero, Carmen (Universitat de València)

Schlesinger, Walesska (Universitat de València)

Cervera, Amparo (Universitat de València)

Iniesta, M.Ángeles (Universitat de València)

Sánchez, Raquel (Universitat de València)

Las redes como base del desarrollo turístico rural integrado: una primera aproximación. (Ponencia)

Marzo Navarro, Mercedes (Universidad de Zaragoza)

Pedraja Iglesias, Marta (Universidad de Zaragoza)

Vinzón, Lucía (Universidad de Zaragoza)

Efectos de la intensidad de la visita turística: ¿experiencias memorables o saciedad? (Trabajo en curso)

Camarero Izquierdo, Carmen (Universidad de Valladolid)

Antón Martín, Carmen (Universidad de Valladolid)

Laguna García, Marta (Universidad De Valladolid)

Los festivales musicales como experiencia turística y sus consecuencias. (Trabajo en curso)

Sotos Díaz, Jessica (Universitat Jaume I)

Estrada Guillén, Marta (Universitat Jaume I)

Monferrer Tirado, Diego (Universitat Jaume I)

Moliner Tena, Miguel Ángel (Universitat Jaume I)

Jueves 10 - 9:00 a 10:30 -

MARKETING SOCIAL I

Auditorio. Idioma: Castellano

La eficacia de las medidas de reducción del consumo de alcohol entre los jóvenes: un estudio exploratorio basado en eye-tracking. (Ponencia)

Sillero Rejón, Carlos (Universidad de Granada)

Ibañez Zapata, José Ángel (Universidad de Granada)

Ampliando el alcance del concepto de valor percibido: una aplicación al hábito de fumar. (Ponencia)

Araque Padilla, Rafael Ángel (Universidad Loyola Andalucía)

Montero Simón, María José (Universidad Loyola Andalucía)

Polo Peña, Ana Isabel (Universidad de Granada)

Rey Pino Juan Miguel (Universidad de Granada)

Actividad saludable de los adolescentes y diseño de envases de productos alimenticios. (Trabajo en curso)

Canales Ronda, Pedro (Universitat de Valencia)

Küster Boluda, Inés (Universitat de Valencia)

Vila López, Natalia (Universitat de Valencia)

Hernández Fernández, Asunción (Universitat de Valencia)

Royo Vela, Marcelo (Universitat de Valencia)

Aceptación del consumidor y efecto spillover de introducir un precio por el uso de recursos naturales: el caso del agua en Irlanda (Trabajo en curso)

Rodríguez Sánchez, Carla (Universidad Miguel Hernández de Elche)

Sarabia Sánchez, Francisco José (Universidad Miguel Hernández de Elche)

Schuitema Geertje, (University College of Dublin)

Claudy, Marius (Smurfit School of Business)

La lealtad del paciente: medición de su relatividad a través de las variables captación, retención y deserción (Ponencia)

Calero Gimeno, Remedios (Universidad Católica De Valencia)

Gallarza, Martina G. (Universitat De València)

Jueves 10 – 11:00 a 12:30

DISTRIBUCIÓN Y GESTIÓN MINORISTA

Sala 1. Idioma. Castellano

La heterogeneidad de los consumidores en la satisfacción y el boca-oreja en comercios minoristas. (Ponencia)

Fuentes Blasco, María (Universidad Pablo de Olavide)

Moliner Velázquez, Beatriz (Universitat de Valencia)

Gil Saura, Irene (Universitat De Valencia)

Distribución comercial: desarrollo y validación de un modelo de inventario EPQ para un artículo con demanda potencial. (Ponencia)

González De La Rosa, Manuel (Universidad de La Laguna)

Sicilia Rodríguez, Joaquín (Universidad de La Laguna)

Febles Acosta, Jaime (Universidad de La Laguna)

Alcaide López de Pablo, David (Universidad de La Laguna)

¿Ha aumentado el peso de la marca de distribuidor en los surtidos de los minoristas durante la crisis? Un análisis en el sector de la distribución alimentaria en España. (Ponencia)

Ruiz Real, José Luis (Universidad de Almería)

Gázquez Abad, Juan Carlos (Universidad de Almería)

Martínez López, Francisco J. (Universidad de Granada)

La internacionalización minorista y las capacidades dinámicas en el marco del “embeddedness”. (Trabajo en curso)

Fayos Gardó, Teresa (Universitat de València)

Frasquet del Toro, Marta (Universitat de València)

Calderón García, Haydeé (Universitat de València)

Efectos del capital de marca de distribuidor: el papel moderador de las estrategias de elección de nombre de marca. (Trabajo en curso)

Villaseñor Román, Nieves (Universidad Autónoma de Madrid)

Rubio Benito, Natalia (Universidad Autónoma de Madrid)

Yagüe Guillén, María Jesús (Universidad Autónoma de Madrid)

¿Cómo mejorar las ventas de las marcas de distribuidor en el establecimiento? (Trabajo en curso)

Garrido Morgado, Álvaro (Universidad de Salamanca)

González Benito, Óscar (Universidad de Salamanca)

Martos Partal, Mercedes (Universidad de Salamanca)

Jueves 10 – 11:00 a 12:30

MODELIZACIÓN

SALA 2. Idioma. Castellano

Diseños experimentales en análisis conjunto. Una propuesta de mejora de la eficiencia mediante algoritmo MSR. (Ponencia)

Huertas-García, Rubén (Universitat de Barcelona)

Measuring integrated corporate communication (ICC): development and validation of an ICC scale . (Ponencia)

Porcu, Lucia (Universidad de Granada)

Del Barrio García, Salvador (Universidad de Granada)

Crespo Almendros, Esmeralda (Universidad de Granada)

Alcántara Pilar, Juan Miguel (Universidad de Granada)

Factores determinantes del comportamiento de los lectores de cibermedios: validación de una escala de medida (E-SQ-MEDIA) (Ponencia)

Cristóbal Fransi, Eduard (Universidad de Lleida)

Hernández Soriano, Francisco (Universidad de Lleida)

Análisis de la influencia de la marca en el engagement con los programas de fidelización online. Una aplicación de la metodología FSQCA. (Trabajo en curso)

Domínguez Casas, Ángel Manuel (Universidad de Valladolid)

Gutiérrez Arranz, Ana María (Universidad de Valladolid)

San José Cabezudo, Rebeca (Universidad de Valladolid)

Sales volatility and marketing planning. (Ponencia)

Esteban-Bravo, Mercedes (Universidad Carlos III de Madrid)

Vidal-Sanz, José Manuel (Universidad Carlos III de Madrid)

Yildirim, Gokhan (University of Lancaster)

Jueves 10 – 11:00 a 12:30

MARKETING DE LAS EMPRESAS/ORGANIZACIONES

Sala 3. Idioma: Castellano

Las características del subordinado como factor moderador en la generación de confianza en equipos de trabajo virtuales. (Ponencia)

Jordán Blasco, Pau (Universidad de Zaragoza)

Guinalú Blasco, Miguel (Universidad de Zaragoza)

Product differentiation as a group-level effect: asymmetric rivalry within and between strategic groups defined by regulation. (Trabajo en curso)

Sancho-Esper Franco, Manuel (Universidad de Alicante)

Ruiz-Moreno, Felipe (Universidad de Alicante)

Mas-Ruiz, Francisco (Universidad de Alicante)

Portfolio strategic alignment and innovation performance: the complex roles of formalization and centralization. (Trabajo en curso)

Rodríguez Escudero, Ana Isabel (Universidad de Valladolid)

Carbonell, Pilar (School of Administrative Studies Toronto)

El rol de la alta dirección en la orientación al mercado en museos: una perspectiva inter-cultural. (Trabajo en curso)

Recuero Virto, Nuria (Universidad Complutense de Madrid)

Blasco López, María Francisca (Universidad Complutense de Madrid)

García De Madariaga, Jesús (Universidad Complutense de Madrid)

Molero Ayala, Víctor (Universidad Complutense de Madrid)

Gobierno de la colaboración para innovar. Efectos sobre la adaptación y el papel moderador de la incertidumbre técnica. (Trabajo en curso)

Hernández Espallardo, Miguel (Universidad de Murcia)

Solís Molina, Miguel Ángel (Servicio Nacional de Aprendizaje – Sena)

Rodríguez Orejuela, Augusto (Universidad del Valle)

Jueves 10 – 11:00 a 12:30

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR I

Sala 4. Idioma: Castellano

El lugar de origen como eje central de una estrategia de posicionamiento. Apelando al sentimiento etnocentrista en tiempos de crisis. (Ponencia)

Rodríguez Artola, Rosa María (Universitat Jaume I)

Bigné Alcañiz, Enrique (Universitat de València)

El gasto en ocio en España: influencia del ciclo de vida del hogar, la posición social y variables geográficas, demográficas y económicas. (Ponencia)

Portilla, Idoia (Universidad de Navarra)

Díaz de Rada, Vidal (Universidad Pública de Navarra)

Abascal Fernández, Elena (Universidad Pública de Navarra)

Intención de compra de productos de comercio justo: influencia de las utilidades de marca. (Ponencia)

García de los Salmones, María del Mar (Universidad de Cantabria)

Pérez, Andrea (Universidad de Cantabria)

Influencia de la región de origen y el etnocentrismo en la elección de entidades financieras. (Ponencia)

García Gallego, José Manuel (Universidad de Extremadura)

Chamorro Mera, Antonio (Universidad de Extremadura)

Díaz Méndez, Montserrat (Universidad de Extremadura)

Los efectos de la aromatización de los establecimientos sobre el consumidor. (Ponencia)

Díaz Meneses, Gonzalo (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria)

Beerli Palacios, Asunción (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria)

Martín Santana, Josefa D. (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria)

Jueves 10 – 11:00 a 12:30

MARKETING Y RSC

Auditorio. Idioma: Castellano

El modelo de jerarquía de efectos aplicado al estudio de las respuestas de los clientes a la responsabilidad social corporativa en el sector bancario. (Ponencia)

Pérez Ruiz Andrea (Universidad de Cantabria)

Rodríguez del Bosque Ignacio (Universidad de Cantabria)

Actitudes de la “generación y” ante la responsabilidad social corporativa y el etiquetado ecológico y social. (Ponencia)

Bianchi, Enrique (Universidad Nacional de Córdoba)

Bruno, Juan Manuel (Universidad Nacional de Córdoba)

Endrizzi, Franco (Universidad Nacional de Córdoba)

Güidi, Julieta (Universidad Nacional de Córdoba)

Taccone, Andrés (Universidad Nacional de Córdoba)

“I will do it if i enjoy it!”: seeking sensory pleasure in CSR campaigns. (Ponencia)

Lardín Zambudio, Rafaela (Universidad de Murcia)

Ruiz De Maya, Salvador (Universidad de Murcia)

López López, Inés (Universidad de Murcia)

Corporate social responsibility, firm management and international experience as driving factors of a company’s brand reputation. (Ponencia)

Cerviño, Julio (Universidad Carlos III de Madrid)

Mattera, Marina (Universidad Europea de Madrid)

Baena, Verónica (Universidad Europea de Madrid)

Suspicious mind: how consumers make attributions about CRS. (Trabajo en curso)

Cuestas Díaz, Pedro J. (Universidad de Murcia)

Marín Rives, Longinos (Universidad de Murcia)

Jueves 10 – 12,30 a 14,00

SESIÓN TESIS DOCTORALES I

Sala I

Multichannel business strategies and performance.

Lahuerta Otero, Eva (Universidad de Salamanca)

Analysis of consumer firms interactions as determinants of consumer relational perceptions, behaviours and profitability.

Melero Polo, Iguácel (Universidad de Zaragoza)

Study of strategies of merchandising, promotion and private label in retail.

Garrido Morgado, Álvaro (Universidad de Salamanca)

The role of time in consumer behaviour and market segmentation. Three contributions from a multidisciplinary perspective.

García, Juan Antonio (Universidad de Castilla-La Mancha)

Desarrollo del turismo rural integral desde la perspectiva de los residentes.

Vinzón, Lucía (Universidad de Zaragoza)

Jueves 10 – 16,00 a 17,30

SESIÓN TESIS DOCTORALES II

Sala I

Desarrollo y validación de una escala de medida de la comunicación integrada Corporativa. Modelización de sus antecedentes y consecuentes en el sector turístico.

Porcu, Lucía (Universidad de Granada)

Marketing y Universidad: análisis desde la perspectiva del egresado.

Doña Toledo, Luis (Universidad de Granada)

Word of mouth marketing. Strategies to enhance consumers in promoting products and brands

López, Manuela (Universidad de Murcia)

Cognitive and affective dimensions of tourism destination image. An approach through the theory of social representation.

Hidalgo Alcázar. María del Carmen (Universidad de Murcia)

Jueves 10 – 17:30 a 19:30

MARKETING TURÍSTICO II

Sala I. Idioma: Castellano

Testing The Moderation Effects Of Personal And Situational Characteristics On The Image, Satisfaction And Future Behavioral Intention With Ports Of Calls: The Case Of Valencia. (Ponencia)

Carvajal Trujillo, Elena (Universidad de Huelva)

Sanz Blas, Silvia (Universitat de València)

Buzova, Daniela (Universitat de València)

La confianza y su relación con la satisfacción y lealtad al destino: el caso del turismo rural. (Ponencia)

Campón Cerro, Ana María (Universidad de Extremadura)

Hernández Mogollón, José Manuel (Universidad de Extremadura)

Baptista Alves, Helena María (Universidade da Beira Interior)

Análisis exploratorio de la experiencia del tour guiado en los puertos de escala de cruceros. El caso de Tripadvisor. (Trabajo en curso)

Buzova, Daniela (Universitat de València)

Sanz Blas, Silvia (Universitat de València)

Carvajal Trujillo, Elena (Universidad de Huelva)

Las expectativas generadas por los turistas en las redes sociales sobre el destino turístico. (Trabajo en curso)

Callarisa Fiol, Luis J. (Universitat Jaume I)

Narangajavana Kaosiri, Yeamduan (Universitat Jaume I)

Sánchez García, Javier (Universitat Jaume I)

Moliner Tena, Miguel Ángel (Universitat Jaume I)

Rodríguez Artola, Rosa ((Universitat Jaume I))

Mental simulation processing and destination image. (Trabajo en curso)

Hidalgo Alcázar, Carmen (Universidad Católica del Norte)

Sicilia Piñero, María (Universidad de Murcia)

Ruiz de Maya, Salvador (Universidad de Murcia)

Jueves 10 – 17:30 a 19:30

COMUNICACIÓN COMERCIAL

Sala 2: Idioma. Castellano

Expenditure trends in us advertising: long-term effects and structural changes with new media introductions. (Ponencia)

Esteban-Bravo, Mercedes (Universidad Carlos III de Madrid)

Vidal-Sanz, José Manuel (Universidad Carlos III de Madrid)

Yildirim, Gokhan (University Of Lancaster)

Utilización de obras de arte en publicidad: influencia sobre la valoración de la marca anunciada. (Ponencia)

Vázquez Gómez, María Dolores (Universidad de Barcelona)

Huertas García, Rubén (Universidad de Barcelona)

Gazquez Abad, Juan Carlos (Universidad de Almería)

Online vs. Offline store flyers: estimating the effect of medium on intention to visit the store and buy in FMCG (Ponencia)

Ieva, Marco (Universidad de Parma)

Zilliani, Cristina (Universidad de Parma)

Gázquez Abad, Juan Carlos (Universidad de Almería)

Analysing advertising efficiency: ¿do collective brands matter? (Ponencia)

Sellers Rubio, Ricardo (Universidad de Alicante)

Mas Ruiz, Francisco (Universidad de Alicante)

Sancho Esper, Franco (Universidad de Alicante)

Medición de los efectos de las acciones de merchandising y promociones en las ventas: efectos intercategoría. (Trabajo en curso)

Hernández Zelaya, Sandra Lizzeth (Universidad de Salamanca)

González Benito, Óscar (Universidad de Salamanca)

Garrido Morgado, Álvaro (Universidad de Salamanca)

Jueves 10 – 17:30 a 19:30

NUEVAS TECNOLOGIAS Y E-MARKETING II

Sala 3. Idioma: Castellano

Promoción de la docencia en las universidades. El uso de la publicidad en redes sociales. (Ponencia)

Cordero Gutiérrez, Rebeca (Universidad de Salamanca)

Lahuerta Otero, Eva (Universidad de Salamanca)

Las redes sociales, una oportunidad para implementar la innovación abierta en el desarrollo de nuevos productos. (Ponencia)

Iglesias Sánchez, Patricia P. (Universidad de Málaga)

Jambrino Maldonado, Carmen (Universidad de Málaga)

De Las Heras Pedrosa, Carlos (Universidad de Málaga)

Don't bother me with many messages: an information diffusion study on social network sites with an agent-based approach (Trabajo en curso)

López, Manuela (Universidad Católica del Norte)

Hidalgo Alcázar, Carmen (Universidad Católica del Norte)

Leger, Paul (Universidad Católica del Norte)

Dime qué tuiteas y te diré con quién andas. Redes de influenciadores en Twitter. (Trabajo en curso)

Lahuerta Otero, Eva (Universidad de Salamanca)

Cordero Gutiérrez, Rebeca (Universidad de Salamanca)

Revuelta-Herrero, Jorge (Grupo de Investigación BISITE)

La devoción del consumidor y su defensa a las marcas en comunidades de marca en Facebook (Trabajo en curso)

Casalo Arino, Luis Vicente (Universidad de Zaragoza)

Mahmud, Hassan (Chittagong Independent University)

Jueves 10 – 17:30 a 19:30

MARKETING CROSS-CULTURAL

Sala 4. Idioma: Castellano

Consumer perceptions of traceability and its relationship with labelling: a cross-national comparison. (Ponencia)

Calvo Dopico, Domingo (Universidad de la Coruña)

Perceived risk, attitude and loyalty in e-tourism. A cross-cultural comparison between Spanish and British users. (Ponencia)

Alcántara Pilar, Juan Miguel (Universidad de Granada)

Del Barrio García, Salvador (Universidad de Granada)

Porcu, Lucia (Universidad de Granada)

Crespo Almendros, Esmeralda (Universidad de Granada)

Is the european economic downturn leading to food price reduction? (Ponencia)

Calvo Porral, Cristina (Universidad de la Coruña)

Stanton, John St. Joseph (University Philadelphia, USA)

Lévy-Mangin, Jean-Pierre ; (Université du Quebec, Canadá)

Modelización del comportamiento de difusión y adopción de productos derivados de la biomasa. (Trabajo en curso)

Londoño Pulgarin, Diana Alejandra (Universidad de Granada)

Muñoz Leiva, Francisco (Universidad de Granada)

De la Hoz Correa, Andrea Paola (Universidad de Granada)

La adopción del pago móvil NFC: un análisis cross-cultural entre España y Serbia. (Trabajo en curso)

Liébana Cabanillas, Francisco (Universidad de Granada)

Kalinic, Zoran (Universidad de Granada)

Ramos De Luna, Iviane (Universidad de Granada)

Marinkovi; Veljko (Universidad de Granada)

Jueves 10 – 17:30 a 19:30 -

DOCENCIA EN MARKETING

Evaluación de la técnica "Flipped classroom" como innovación de éxito en la docencia universitaria de marketing. (Ponencia)

Pérez Ruiz, Andrea (Universidad de Cantabria)

Collado Agudo, Jesús (Universidad de Cantabria)

García de los Salmones Sánchez, María del Mar (Universidad de Cantabria)

Herrero Crespo, Ángel ((Universidad de Cantabria)

San Martín Gutiérrez, Héctor (Universidad de Cantabria)

Estrategias de aprendizaje, expectativas y actitud: ¿me gusta hacer de relator o prefiero que me relaten? (Ponencia)

Fandos Herrera, Carmina (Universidad de Zaragoza)

Jiménez Martínez, Julio (Universidad de Zaragoza)

Orús Sanclemente, Carlos (Universidad de Zaragoza)

Peligero Domeque, Marian (Universidad de Zaragoza)

Pina Pérez, José Miguel (Universidad de Zaragoza)

Formando vendedores emocionalmente inteligentes. (Ponencia)

Estrada Guillén, Marta (Universitat Jaume I)

Monferrer Tirado, Diego (Universitat Jaume I)

Moliner Tena, Miguel Angel (Universitat Jaume I)

Tena Monferrer, Sandra (Universitat Jaume I)

Fandos Roig, Juan Carlos (Universitat Jaume I)

Cooperative learning and consequences. Two techniques comparison in marketing. (Ponencia)

Vallet Bellmunt, Teresa (Universitat Jaume I)

Rivera Torres, Pilar (Universidad de Zaragoza)

Vallet Bellmunt, Ilu (Universitat Jaume I)

Desarrollo de una rúbrica para la evaluación de la edición de un vídeo en "Introducción al marketing": análisis de su utilidad y satisfacción.(Pon.)

Casalo Arino, Luis Vicente (Universidad de Zaragoza)

Orús Sanclemente, Carlos (Universidad de Zaragoza)

Barlés Arizón, María José (Universidad de Zaragoza)

Belanche Gracia, Daniel (Universidad de Zaragoza)

Fraj Andrés, Elena (Universidad de Zaragoza)

Gurrea Sarasa, Raquel (Universidad de Zaragoza)

VIERNES 11. CIVICAN

Viernes 11 – 9:00 a 10:30

NUEVAS TECNOLOGIAS Y E-MARKETING III

Sala 1. Idioma: Castellano

The consumer's confidence as the guide of the webrooming search experience: does touch matter? (Ponencia)

Orus Sanclemente, Carlos (Universidad de Zaragoza)

Flavian Blanco, Carlos (Universidad de Zaragoza)

Gurrea Sarasa, Raquel (Universidad de Zaragoza)

Fuentes de información y compra en los servicios de experiencia y creencia (Ponencia)

Chocarro Eguaras, Raquel (Universidad Pública de Navarra)

Cortiñas Ugalde, Mónica (Universidad Pública de Navarra)

Villanueva Orbaiz, M^a Luisa (Universidad Pública de Navarra)

"Showrooming " in retailing consumer electronics : empirical study. (Ponencia)

Rejón Guardia, Francisco (Universidad de Granada)

Estudio de la calidad y credibilidad del e-Wom y su influencia en la diagnosticidad de la página web. (Ponencia)

Utrillas Acerete, Ana (Universidad de Zaragoza)

Matute Vallejo, Jorge (Universidad de Zaragoza)

Polo Redondo, Yolanda (Universidad de Zaragoza)

Segmentación de clientes potenciales de sistemas de pago móvil SMS, NFC Y QR. (Ponencia)

Liébana Cabanillas, Francisco (Universidad de Granada)

Ramos de Luna, Iviane (Universidad de Granada)

Sánchez Fernández, Juan (Universidad de Granada)

Muñoz Leiva, Francisco (Universidad de Granada)

Montoro Ríos, Francisco (Universidad de Granada)

Viernes 11 – 9:00 a 10:30

MARKETING TURISTICO III

Sala 2. Idioma: Castellano

Comportamiento autónomo del turista en la organización del viaje y satisfacción. (Ponencia)

Fernández Herrero, Milagros (Universidad de Salamanca)

Hernández Maestro, Rosa María (Universidad de Salamanca)

González Benito, Óscar (Universidad de Salamanca)

Factores indirectos en la formación de las percepciones de los residentes en un destino maduro. (Ponencia)

Ramón Cardona, José (Universitat de les Illes Balears)

Garau Vadell, Joan B. (Universitat de les Illes Balears)

Serra Cantallops, Antoni (Universitat de les Illes Balears)

Moderating effect of brand image on the relationship between aggregate consumer ratings and booking intention. (Trabajo en curso)

Casado-Díaz, Ana B. (Universidad de Alicante)

Pérez-Naranjo, Leonor (Universidad de Córdoba)

Sellers-Rubio, Ricardo (Universidad de Alicante)

Modelización de la imagen de un destino de turismo médico. (Trabajo en curso)

De La Hoz Correa, Andrea Paola (Universidad de Granada)

Muñoz Leiva, Francisco (Universidad de Granada)

Londoño Pulgarín, Diana Alejandra (Universidad de Granada)

Efecto del e-Wom en la disposición a pagar del consumidor: aplicación en el contexto de estancias vacacionales. (Trabajo en curso)

Nieto Garcia, Marta (Universidad de Salamanca)

Muñoz Gallego, Pablo A. (Universidad de Salamanca)

González Benito, Óscar (Universidad de Salamanca)

Viernes 11 – 9:00 a 10:30

CALIDAD, SATISFACCIÓN Y LEALTAD II

Sala 3. Idioma: Castellano

Customer lifetime value and value-based segmentation: an application in a multiservice semicontractual setting. (Ponencia)

Estrella Ramón, Antonia M. (Universidad de Almería)

Sánchez Pérez, Manuel (Universidad de Almería)

Determinantes cognitivos y experienciales de la repetición de la compra de ropa por móvil. (Ponencia)

Rodríguez Torrico, Paula (Universidad de Burgos)

San Martín Gutiérrez, Sonia (Universidad de Burgos)

San José Cabezudo, Rebeca (Universidad de Valladolid)

Perceived value effects on the loyalty: the moderating effect of the market orientation adoption by the rural hospitality enterprises. (Ponencia)

Polo Peña, Ana Isabel (Universidad de Granada)

Frías Jamilena, Dolores María (Universidad de Granada)

Rodríguez Molina, Miguel Ángel (Universidad de Granada)

El capital de marca en las instituciones educativas superiores: el cliente interno público versus privado. (Trabajo en curso)

Casanoves Boix, Javier (ESIC Business&Marketing School)

Küster Boluda, Inés (Universitat de València)

Vila López, Natalia (Universitat de València)

Shopping experience in omni-channel retailing: a scale development to measure the impact on the customer experience. (Trabajo en curso)

González Ramírez, José Carlos (Universidad Complutense de Madrid)

García de Madariaga, Jesús (Universidad Complutense de Madrid)

Viernes 11 – 9:00 a 10:30 -

DNP E INNOVACIÓN

Sala 4. Idioma: Castellano

Efectos del valor y la innovación en el capital de marca de la tienda.

(Ponencia)

Moliner Velázquez, Beatriz (Universitat de València)

Fuentes Blasco, María (Universidad Pablo de Olavide)

Gil Saura, Irene (Universitat de València)

Efectos de las capacidades dinámicas y las prácticas de la gestión del conocimiento del cliente en la capacidad de innovación empresarial y los resultados de marketing: una aplicación en pymes de servicios. (Ponencia)

Fidel Criado, Pilar (Universitat de València)

Schlesinger, Waleska (Universitat de València)

Cervera, Amparo (Universitat de València)

The role of champions in predevelopment: the moderating role of newness. (Trabajo en curso)

Morenov Moya María (Universidad de Murcia)

Moreno Albaladejo, Pablo (Universidad de Murcia)

Munuera Alemán, José Luis (Universidad de Murcia)

Estrategia innovadora de explotación y exploración ¿ambidestreza o especialización? El rol de la capacidad de absorción. (Trabajo en curso)

Solís Molina, Miguel Ángel (Servicio Nacional de Aprendizaje – Sena)

Hernández Espallardo, Miguel (Universidad de Murcia)

Rodríguez Orejuela, Héctor Augusto (Universidad del Valle)

Why do frontline employees and customers involve in service innovation? The role of personal factors (Trabajo en curso)

Moreno Albaladejo, Pablo (Universidad de Murcia)

Moreno Moya, María (Universidad de Murcia)

Munuera Alemán, José Luis (Universidad de Murcia)

Viernes 11 – 9:00 a 10:30

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR II

Auditorio. Idioma: Inglés

The engagement generation process in social commerce contexts.

(Ponencia)

Herrando Soria, Carolina (Universidad de Zaragoza)

Jiménez Martínez, Julio (Universidad de Zaragoza)

Martín de Hoyos, María José (Universidad de Zaragoza)

Need for touch (NFT) and online consumer behavior in the clothing category. (Ponencia)

Avello, Maria (Universidad Complutense de Madrid)

Manzano, Roberto (Universidad Complutense de Madrid)

Gavilán, Diana (Universidad Complutense de Madrid)

Abril, Carmen (Universidad Complutense de Madrid)

Ferrán, Magdalena (Universidad Complutense de Madrid)

Are my Facebook friends like me? Homophily as a determinant of the intention to join brand pages. (Ponencia)

Palazón Viidal, Mariola (Universidad de Murcia)

López Pérez, Manuela (Universidad Católica del Norte)

Sicilia Piñero, Maria (Universidad de Murcia)

The impact of stores salespeople and companionship on mall experience and satisfaction. (Ponencia)

Pérez López, Raúl (Universidad de Zaragoza)

Lucía Palacios, Laura (Universidad de Zaragoza)

Polo Redondo, Yolanda (Universidad de Zaragoza)

Luxury value perceptions in social media: brand contamination and its influence on value creation. (Trabajo en curso)

Blasco-Arcas, Lorena (Universidad de Zaragoza)

Holmqvist, Jonas (Kedge Business School)

Viernes 11 – 16 a 17:30

MARKETING TURISTICO IV

Sala I. Idioma: Castellano

La mejora de los resultados urbanos a través del city marketing: el caso de Bilbao. (Ponencia)

Bañales Mallo, Amaia (Universidad del País Vasco (UPV/EHU))

Aguirre García, M^a Soledad (Universidad del País Vasco (UPV/EHU))

Santos Vijande, M^a Leticia (Universidad de Oviedo)

The effect of value-creation on consumer-based destination brand equity. (Ponencia)

Frías Jamilena, Dolores M^a (Universidad de Granada)

Polo Peña, Ana Isabel (Universidad de Granada)

Rodríguez Molina, Miguel Ángel (Universidad de Granada)

Explaining the brand equity for tourist destinations. (Ponencia)

San Martín Gutiérrez, Héctor (Universidad de Cantabria)

Herrero Crespo, Ángel (Universidad de Cantabria)

García De Los Salmones Sánchez, María Del Mar (Universidad de Cantabria)

La auto-congruencia y la motivación como antecedentes del capital de marca del destino turístico. (Ponencia)

Frías Jamilena, Dolores M^a (Universidad de Granada)

Castañeda García, José Alberto (Universidad de Granada)

Del Barrio García, Salvador (Universidad de Granada)

López Moreno, Lorenza (Universidad de Granada)

La funcionalidad turística, la orientación al mercado y la innovación en los yacimientos arqueológico. (Trabajo en curso)

Recuero Virto, Nuria (Universidad Complutense de Madrid)

García De Madariaga, Jesús (Universidad Complutense de Madrid)

Blasco López, María Francisca (Universidad Complutense de Madrid)

Molero Ayala, Víctor (Universidad Complutense de Madrid)

Viernes 11 – 16 a 17:30

Sala 2. Idioma: Castellano

NUEVAS TECNOLOGÍAS Y E-MARKETING IV

Antecedentes de la confianza en la web: un estudio aplicado a la compra de moda online (Ponencia)

Catalán Gil, Sara (Universidad de Zaragoza)

Buil Carrasco, Isabel (Universidad de Zaragoza)

Martínez Salinas, Eva (Universidad de Zaragoza)

Explicando la lealtad del turista hacia las aplicaciones móviles. (Ponencia)

Castañeda García, José Alberto (Universidad de Granada)

Martínez Heredia, María José (Universidad de Granada)

Rodríguez Molina, Miguel Ángel (Universidad de Granada)

Teoría del comportamiento razonado y uso del e-wom. Un modelo estructural aplicado a hoteles. (Ponencia)

Ciobanu, Andreea (Universidad de Zaragoza)

Berne Manero, Carmen (Universidad de Zaragoza)

Pedraja Iglesias, Marta (Universidad de Zaragoza)

Modelo cognitivo-afectivo-normativo (can) de aceptación de tecnología: aplicación a los implantes tecnológicos en el cuerpo para incrementar capacidades (Ponencia)

Olarte Pascual, Cristina (Universidad de La Rioja)

Pelegrin-Borondo, Jorge (Universidad de La Rioja)

Reinares Lara, Eva (Universidad Rey Juan Carlos)

Hubs vs. Opinion leaders. Who contributes the most to e-wom transmission? (Trabajo en curso)

López, Manuela (Universidad Católica del Norte)

Sicilia, María (Universidad de Murcia)

Consequences of perceived deception in online and offline retailing channels: a moderated mediation analysis (Trabajo en curso)

Pascual Del Riquelme Martínez, María Isabel (Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano)

Román Nicolás Sergio (Universidad de Murcia)

Diana López (Universidad De Bogotá Jorge Tadeo Lozano)

Mónica Peñalosa (Universidad De Bogotá Jorge Tadeo Lozano)

Viernes 11 – 16 a 17:30

MARKETING DE RELACIONES (B2B)

Sala 3. Idioma: Castellano

Responsive and proactive stakeholder orientation in public universities: antecedents and consequences. (Ponencia)

Casablanco Segura, María del Carmen (Universidad Autónoma de Barcelona)

Alarcón del Amo, María del Carmen (Universidad Autónoma de Barcelona)

Llonch Andreu, Joan (Universidad Autónoma de Barcelona)

Diseño y validación de una escala para medir el éxito de procesos de asociación entre empresas y ONGD. (Ponencia)

Barroso Méndez, María Jesús (Universidad de Extremadura)

Galera Casquet, Clementina (Universidad de Extremadura)

Valero Amaro, Víctor (Universidad de Extremadura)

Galán Ladero, María Mercedes (Universidad de Extremadura)

RSE y efectividad empresarial: una relación a través de la visión y la ética del vendedor. (Trabajo en curso)

Canales Ronda, Pedro (Universitat de València)

Amorós Kern, Eduard (Universitat de València)

Gutiérrez Vargas, Liliana María (Universidad de Antioquía, Colombia)

Influencia del capital social y los agujeros estructurales en innovación y resultados. El caso de los museos. (Trabajo en curso)

Garrido Samaniego, María José (Universidad de Valladolid)

Camarero Izquierdo, Carmen (Universidad de Valladolid)

Hernández Carrión, Carlos (Universidad de Valladolid)

Boundary spanning in NPD teams as second order construct

Rodríguez Escudero Ana Isabel (Universidad de Valladolid)

Carbonell Pilar (School of Administrative Studies)

Viernes 11 – 16 a 17:30

MARKETING SOCIAL II

Sala 4. Idioma: Castellano

Empresas industriales y la relación con los ciudadanos: una visión basada en el uso de los Social Media. (Ponencia)

Llorens Monzonís, Jaume (Universitat Jaume I)

Tortosa Edo, Vicent (Universitat Jaume I)

López Navarro, Miguel Ángel (Universitat Jaume I)

El papel de la credibilidad del locutor en la eficacia publicitaria en la donación de sangre: una aplicación en el medio radio. (Ponencia)

Martín-Santana, Josefa D. (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria)

Reinares-Lara, Eva (Universidad Rey Juan Carlos)

Reinares-Lara, Pedro (Universidad Rey Juan Carlos)

How to enhance green customer loyalty through green marketing? A research in the hospitality industry. (Ponencia)

Martínez García de Leaniz Patricia (Universidad de Cantabria)

Rodríguez del Bosque Ignacio (Universidad de Cantabria)

Eficacia de la publicidad anti-tabaco: aplicación de neuromarketing. (Trabajo en curso)

Alonso Dos Santos, Manuel (Universidad Católica de la Santísima Concepción)

Inserción laboral de los licenciados de marketing. (Trabajo en curso)

Doña Toledo, Luis (Universidad de Granada)

Luque Martínez, Teodoro (Universidad de Granada)

González Álvarez, Manuel (Universidad de Granada)
