



XXIII CONGRESO NACIONAL DE MARKETING CASTELLÓN



14 al 16
Septiembre de 2011

Organiza:



Patrocina:



Colabora:



Bienvenida

Castellón, Septiembre de 2011

Un año más, y son veintitrés, el Congreso Nacional de Marketing acude fiel a su cita. Fruto del esfuerzo y la ilusión de un grupo de profesores universitarios de marketing, desde finales de la década de los 80 el congreso ha ido consolidándose como un referente en el área de Comercialización e Investigación de Mercados. Se ha convertido no solo en el lugar de encuentro anual de los investigadores españoles en marketing sino también en la reunión donde compartir metodologías y experiencias. Y éste es un aspecto fundamental de su filosofía original puesto que, junto al rigor académico, también es un foro donde disfrutar de la compañía y de la conversación de colegas de toda la geografía española.

En el año 2011, la Universitat Jaume I de Castellón acoge el XXIII Congreso Nacional de Marketing. Para nosotros es un reto abordar este desafío. Entre los días 14 y 16 de septiembre vamos poner todos los medios para que las sesiones de trabajo se desarrollen perfectamente y para que la hospitalidad mediterránea esté presente en todos los ámbitos. El Comité Organizador está formado por once compañeros del área de Comercialización e Investigación de Mercados del Departamento de Administración de Empresas y Marketing de la Universitat Jaume I. Durante más de un año hemos estado planificando y preparando este evento con toda la ilusión del mundo con el objetivo de que los que vengáis a Castellón disfrutéis de unos días de trabajo lo más agradables posibles.

La sede del congreso será el Centro de Postgrado y Consejo Social del campus del Riu Sec de la propia Universitat Jaume I. Dispone de todos los medios necesarios para este tipo de eventos en un entorno agradable y funcional. No os será difícil llegar puesto que el campus se encuentra muy bien comunicado con la autopista, con la estación de tren y con el centro urbano.

Castellón es una ciudad típicamente mediterránea que disfruta de un agradable clima durante casi todos los meses del año. Su economía se basa en la citricultura, el turismo y un potente sector industrial. No obstante la crisis económica ha impactado de manera muy notable en nuestro tejido empresarial debido al importante peso de la construcción y del sector cerámico en el PIB provincial. El principal atractivo turístico de la capital reside en su plaza mayor, con el ayuntamiento y la catedral, y en sus céntricas calles comerciales. En verano la animación se traslada a la costa, donde municipios como Benicasim, Oropesa, Moncofar, Peñíscola y Vinaroz reciben a miles de turistas que buscan el sol y playa. El resto de la provincia tiene un variado abanico de lugares para visitar, como los entornos medievales de Morella, Peñíscola, Onda, Sant Mateu, Forcall y Villafamés, la Gruta subterránea de San José en la Vall de Uxó y, para los aficionados al fútbol, la ciudad deportiva y el estadio del Villarreal CF.

No nos queda más que animaros a venir a Castellón. Creemos firmemente que el programa que hemos preparado será de vuestra entera satisfacción porque hemos intentado combinar trabajo y ocio. También contamos con alguna sorpresa que nos permitiréis que no revelemos hasta el momento oportuno.

Miguel Ángel Moliner Tena

Presidente del Comité Organizador del XXIII Congreso Nacional de Marketing 2011

Cuadro resumen de las jornadas

Miércoles 14						
19:30	INAUGURACIÓN DEL CONGRESO A CARGO DE LAS AUTORIDADES, EN EL CASINO ANTIGUO DE CASTELLÓN					
20:00	CONFERENCIA INAUGURAL, a cargo de Cristina Colonques, Directora de Marketing del GRUPO PORCELANOSA					
21:00	COCKTAIL DE BIENVENIDA (CASINO ANTIGUO DE CASTELLÓN)					
	SALA 1	SALA 2	SALA 3	SALA 4	SALA 5	SALA 6
Jueves 15						
9:00-10:30	DIRECCIÓN DE MARCA	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	MARKETING ESTRATÉGICO	MARKETING SERVICES / CONSUMER BEHAVIOUR	MARKETING TURÍSTICO	NUEVAS TECNOLOGÍAS Y E-MARKETING
10:30-11:00	PAUSA-CAFÉ					
11:00-12:30	MARKETING DE SERVICIOS	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	DISTRIBUCIÓN COMERCIAL Y GESTIÓN MINORISTA	TOURISM MARKETING / ETHICS, CSR AND NON-PROFIT MARKETING	MARKETING TURÍSTICO	ÉTICA, RSC Y MARKETING NO LUCRATIVO
12:30-13:45	SESIÓN PLENARIA: "Meet the Editors" Peter Mouncey (Cranfield University). Editor de <i>International Journal of Market Research</i> . Rajan Natarajan (Auburn University). Editor de <i>Psychology & Marketing</i> .					
14:00-16:15	ALMUERZO DE TRABAJO (HOTEL LUZ)					
16:30-17:45	MARKETING DE SERVICIOS	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	MARKETING INDUSTRIAL / INNOVACIÓN, CREACIÓN DE VALOR Y NUEVOS PRODUCTOS	MARKETING INTERNACIONAL	MARKETING TURÍSTICO	ÉTICA, RSC Y MARKETING NO LUCRATIVO
18:00	SALIDA DE AUTOCARES A PEÑÍSCOLA					
19:30	VISITA GUIADA AL CASTILLO Y CIUDAD DE PEÑÍSCOLA					
21:00	CENA EN EL CASTILLO DEL PAPA LUNA (PEÑÍSCOLA)					
Viernes 16						
9:00-10:30	COMUNICACIÓN COMERCIAL	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	DOCENCIA EN MARKETING E INNOVACIÓN EDUCATIVA / INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MODELIZACIÓN	MULTI-AREA SESSION	NUEVAS TECNOLOGÍAS Y E-MARKETING	ÉTICA, RSC Y MARKETING NO LUCRATIVO
10:30-11:00	PAUSA-CAFÉ					
11:00-12:30	SESIÓN PLENARIA: "Biomarketing: The Coming Revolution in Neurology, Neuroendocrinology, and Genetics in Marketing Science and Practice" Richard P. Bagozzi (University of Michigan)					
12:30-13:30	SESIÓN PLENARIA: ASAMBLEA GENERAL DE AEKMARK					
13:45-16:15	ALMUERZO DE TRABAJO (HOTEL LUZ)					
16:30-18:00	COMUNICACIÓN COMERCIAL / DECISIONES DE PRECIOS	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	INNOVACIÓN, CREACIÓN DE VALOR Y NUEVOS PRODUCTOS	DOCENCIA EN MARKETING E INNOVACIÓN EDUCATIVA	NUEVAS TECNOLOGÍAS Y E-MARKETING	MARKETING RELACIONAL
18:00-18:30	PAUSA-CAFÉ					
18:30-19:30	SESIÓN PLENARIA: CLAUSURA Y ENTREGA DE PREMIOS					
21:00	CENA DE CLAUSURA (RESTAURANTE EL CLUB NÁUTICO DE CASTELLÓN)					

Programa detallado de las jornadas

MIÉRCOLES 14. JORNADA DE RECEPCIÓN Y ACOGIDA

- 18:30** Entrega de documentación. Casino Antiguo de Castellón.
- 19:30** Recepción y bienvenida. Casino Antiguo de Castellón.
- 20:15** Conferencia inaugural. Casino Antiguo de Castellón.
Cristina Colonques (Directora de Marketing de Porcelanosa)
- 21:00** Cocktail de bienvenida. Casino Antiguo de Castellón.



JUEVES 15. EDIFICIO DEL CONSELL SOCIAL (FUE-UJI)



Jueves 15 - 9:00 a 10:30 - Sala I

DIRECCIÓN DE MARCA

Modera: Eva Martínez Salinas (Universidad de Zaragoza)

La lealtad de los aficionados al fútbol. Una explicación en base al valor de marca de su equipo y su nivel de implicación. (Tesis doctoral)

Llorens Monsonís, Jaume (Universitat Jaume I de Castellón)

Asociaciones de marca en una relación deportivo-empresarial: goles de 2.500.000 €. (Ponencia)

Nicolau Gonzálbez, Juan Luis (Universidad de Alicante)

Guapos, ricos y famosos: la influencia de las “celebrities” y su nacionalidad en la actitud hacia las marcas en el mercado chino. (Ponencia)

Apaolaza Ibáñez, Vanessa (Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea)

He, Jiaxun (School of Business, East China Normal University)

Hartmann, Patrick (Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea)

Riesgos percibidos en marcas de distribución: el papel de la imagen de la tienda y su influencia en la percepción de injusticia de precios en marcas de fabricante. (Ponencia)

Delgado Ballester, María Elena (Universidad de Murcia)

Hernández Espallardo, Miguel (Universidad de Murcia)

Rodríguez Orejuela, Augusto (Universidad del Valle Colombia)

Pasión por la marca. Compromiso afectivo con la marca empleadora. (Trabajo en curso)

Avello Iturriagoitia, María (Universidad Complutense Madrid)

Gavilan Bouzas, Diana (Universidad Complutense Madrid)

García de Madariaga, Jesús (Universidad Complutense Madrid)

Jueves 15 - 9:00 a 10:30 - Sala 2

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Modera: Leticia Santos Vijande (Universidad de Oviedo)

El valor de un regalo. Una comparación de contextos comerciales y personales. (Ponencia)

Antón Martín, Carmen (Universidad de Valladolid)
Camarero Izquierdo, Carmen (Universidad de Valladolid)
Gil Pérez, Fernando (Universidad de Valladolid)

Determinantes de la retención del cliente en los entornos virtuales: ¿es el riesgo un factor moderador? (Ponencia)

Currás Pérez, Rafael (Universitat de València)
Ruiz Mafé, Carla (Universitat de València)
Sánchez García, Isabel (Universitat de València)
Sanz Blas, Silvia (Universitat de València)

Aplicación de la teoría descompuesta del comportamiento planeado al caso del uso del metro ligero. (Ponencia)

Rejón Guardia, Francisco (Universidad de Granada)
Sánchez Fernández, Juan (Universidad de Granada)
Muñoz Leiva, Francisco (Universidad de Granada)
Montoro Ríos, Francisco (Universidad de Granada)

El arte en la publicidad: análisis experimental sobre el uso de obras de arte en los anuncios. (Trabajo en curso)

Vázquez Gómez, M.Dolores (Universitat de Barcelona)
Huertas García, Rubén (Universitat de Barcelona)

El uso del tiempo en un centro comercial como criterio de segmentación. (Trabajo en curso)

García Martín, Juan Antonio (Universidad d. Castilla-La Mancha)
Molina Collado, Arturo (Universidad d. Castilla-La Mancha)
Gómez Rico, Mar (Universidad d. Castilla-La Mancha)

Jueves 15 - 9:00 a 10:30 - Sala 3

MARKETING ESTRATÉGICO

Modera: Inés Küster Boluda (Universitat de València)

El rol del Marketing Interno en la generación de resultados. (Ponencia)

Domínguez Falcón, Carmen (Universidad de Las Palmas)
Martín Santana, Josefa Delia (Universidad de Las Palmas)
De Saá Pérez, Petra (Universidad de Las Palmas)

Engagement de clientes como consecuencia de procesos de recuperación de servicio: efecto de la severidad del fallo. (Ponencia)

Cambra Fierro, Jesús (Universidad Pablo de Olavide)
Melero Polo, Iguácel (Universidad de Zaragoza)
Sesé Oliván, Javier (Universidad de Zaragoza)

How to prevent consumer switching to private labels: an empirical analysis. (Ponencia)

Abril Barrie, Carmen (Universidad Complutense Madrid)
Sanchez Herrera, Joaquin (Universidad Complutense Madrid)
Garcia Madariaga, Jesus (Universidad Complutense Madrid)
Avello, Maria (Universidad Complutense Madrid)
Gavilan, Diana (Universidad Complutense Madrid)
Pintado, Teresa (ESIC)

Influencia de la calidad de servicio sobre el valor y la satisfacción: una aplicación al ámbito logístico (Ponencia)

Servera Francés, David (Universidad Católica de Valencia)
Arteaga Moreno, Francisco (Universidad Católica de Valencia)
Gil Saura, Irene (Universitat de València)
G. Gallarza Granizo, Martina (Universitat de València)

Segmentación del mercado del cine en España. Un análisis basado en clases latentes. (Ponencia)

Cuadrado García, Manuel (Universitat de València)
Montoro Pons, Juan D. (Universitat de València)
Lluch Tormos, Desamparados (Universidad Cardenal Herrera-Ceu)

Strategic Orientation, Innovation and Performance of SMEs. (Ponencia)

Llonch Andreu, Joan (Universitat Autònoma de Barcelona)
Rialp Criado, Josep (Universitat Autònoma de Barcelona)
Gomez Villanueva, Jorge Eduardo (Tecnológico de Monterrey)

Jueves 15 - 9:00 a 10:30 - Sala 4

MARKETING SERVICES / CONSUMER BEHAVIOUR

Modera: Peter Mouncey (Cranfield University)

The effects of causal attributions on the effectiveness of organizational responses after a service failure. (Ponencia)

Iglesias Argüelles, Víctor (Universidad de Oviedo)
Varela Neira, Concepción (Universidad de Santiago de Compostela)
Vázquez Casielles, Rodolfo (Universidad de Oviedo)

Antecedents of Value Co-creation Activities in Sustainable Development-driven Communities of Practice. (Ponencia)

Barrutia Legarreta, José M^a (Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea)

Echebarria Miguel, Carmen (Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea)

Integrating consumer expertise and the embodied knowledge of firms as co-creators of value in an electronic commerce context. (Ponencia)

Barrutia Legarreta, José M. (Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea)

Gilsanz Lopez, Ainhize (Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea)

Evolution of spouses' and children's decisions across cultures. (Ponencia)

Ruiz de Maya, Salvador (Universidad de Murcia)

Lehmann, Donald R. (Columbia University)

Tomaseti Solano, Eva (Universidad Politécnica de Cartagena)

The influence of vividness and metacognitions on online information processing. (Ponencia)

Flavián Blanco, Carlos (Universidad de Zaragoza)

Gurrea Sarasa, Raquel (Universidad de Zaragoza)

Orús Sanclemente, Carlos (Universidad de Zaragoza)

Jueves 15 - 9:00 a 10:30 - Sala 5

MARKETING TURÍSTICO

Modera: Manuel Sánchez Pérez (Universidad de Almería)

Análisis de la estructura de la personalidad de marca y sus efectos sobre la imagen y la lealtad: una aplicación al mercado turístico español. (Tesis doctoral)

Gómez Aguilar, Alejandro (Universidad Autónoma de Madrid)

El uso de las TIC en destinos turísticos consolidados y emergentes: un análisis comparativo en hoteles. (Ponencia)

Ruiz Molina, María Eugenia (Universitat de València)

Gil Saura, Irene (Universitat de València)

Seric, Maja (Universitat de València)

How online customers' interactions and offline social environments influence e-shopping intentions of airline tickets. (Ponencia)

Bigné Alcañiz, Enrique (Universitat de València)

Andreu Simo, Luisa (Universitat de València)

Hernández Ortega, Blanca (Universidad de Zaragoza)

Ruiz Mafé, Carla (Universitat de València)

El impacto del *tourism destination placement* en la formación de la imagen de marca de los destinos en largometrajes. (Ponencia)

Rodríguez Campo, María Lorena (Universidad de Vigo)
Fraiz Brea, José Antonio (Universidad de Vigo)
Alen González, María Elisa (Universidad de Vigo)

Factores determinantes de la lealtad a un destino turístico gastronómico. (Trabajo en curso)

Fandos Herrera, Carmina (Universidad de Zaragoza)
Puyuelo Arilla, José M^a (Universidad de Zaragoza)

Jueves 15 - 9:00 a 10:30 - Sala 6

NUEVAS TECNOLOGÍAS Y E-MARKETING

Moderadora: Natalia Vila López (Universitat de València)

Organizational implications of e-business use for European retailers. (Ponencia)

Bordonaba Juste, Victoria (Universidad de Zaragoza)
Lucia Palacios, Laura (Universidad de Zaragoza)
Polo Redondo, Yolanda (Universidad de Zaragoza)

El comercio minorista 2.0: un análisis de segmentación latente. (Ponencia)

Lorenzo Romero, Carlota (Universidad d. Castilla-La Mancha)
Alarcón Del Amo, María del Carmen (Universidad d. Castilla-La Mancha)
Mondéjar Jiménez, Juan Antonio (Universidad d. Castilla-La Mancha)
Mollá Descals, Alejandro (Universitat de València)

What keeps people in virtual communities: cognitive, affective and conative drivers of loyalty. (Ponencia)

Duque, Lola (Universidad Carlos III de Madrid)
Gaston Breton, Charlotte (Universidad Carlos III de Madrid)
Lado, Nora (Universidad Carlos III de Madrid)

Un análisis de la generación de confianza inicial hacia el líder de un equipo de trabajo: incidencia de los rasgos del líder, el riesgo percibido, el entorno de trabajo y el género. (Ponencia)

Guinalú Blasco, Miguel (Universidad de Zaragoza)
Jordán Blasco, Pau (Universidad de Zaragoza)

Una aproximación a la influencia de las nuevas tecnologías en los consumidores seniors en España: usos y valores. (Trabajo en curso)

Martínez Navarro, Gema (ESIC)
Merino Sanz, María Jesús (ESIC)
Sebastian Morillas, Ana (ESIC)

Al rescate del cliente: análisis de la eficacia de las campañas de fidelización mediante códigos QR. (Trabajo en curso)

Okazaki, Shintaro (Universidad Autónoma de Madrid)
Navarro Bailón, María Ángeles (Universidad de Murcia)
Campo, Sara (Universidad Autónoma de Madrid)

Jueves 15 - 10:30 a 11:00
PAUSA CAFÉ

Jueves 15 - 11:00 a 12:30 - Sala 1

MARKETING DE SERVICIOS

Modera: Pablo Muñoz Gallego (Universidad de Salamanca)

La orientación al mercado interno y su influencia en el ámbito interno y externo organizativo: una aplicación en centros hospitalarios. (Tesis doctoral)

Tortosa Edo, Vicent (Universitat Jaume I de Castellón)

Antecedents of trust in professional service relationship management: evidence from advertising sector. (Ponencia)

Díaz Méndez, Montserrat (Universidad de Extremadura)

Aprender de los fallos: diseño de un sistema integral de recuperación del servicio en el contexto hotelero. (Trabajo en curso)

Díaz Martín, Ana M^a (Universidad Autónoma de Madrid)
Suárez Álvarez, Leticia (Universidad de Oviedo)
Santos Vijande, M^a Leticia (Universidad de Oviedo)
del Río Lanza, Ana B. (Universidad de Oviedo)

Determinantes de la utilidad percibida de un servicio interactivo de compra en televisión digital. (Trabajo en curso)

Arroyo Cañada, Francisco-Javier (Universitat de Barcelona)
Huertas García, Rubén (Universitat de Barcelona)

Jueves 15 - 11:00 a 12:30 - Sala 2

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Modera: Salvador Ruiz de Maya (Universidad de Murcia)

Comportamiento variado del consumidor: análisis dinámico del escenario de compra de los hogares españoles. (Tesis doctoral)

Martínez Caraballo, Noemí (Universidad de Zaragoza)

Factores antecedentes de la participación en las comunidades virtuales: el papel de las motivaciones y la susceptibilidad a la influencia interpersonal. (Ponencia)

Navarro Soler, Isabel María (Universidad Miguel Hernández de Elche)
Parra Azor, José Francisco (Universidad Miguel Hernández de Elche)

Consumer CSR attributions, generativity and product transcendence. (Trabajo en curso)

Gimenez García Conde, Miguel (Universidad de Murcia)
Marin Rives, Longinos (Universidad de Murcia)
Ruiz de Maya, Salvador (Universidad de Murcia)

Influencia de las características psicográficas del consumidor sobre su intención de compra ante una situación de venta éticamente cuestionable. (Trabajo en curso)

Rodríguez Herrera, Rocío (Universidad de Murcia)
Román Nicolas, Sergio (Universidad de Murcia)
Pascual del Riquelme Martínez, M^a Isabel (Universidad de Murcia)

Jueves 15 - 11:00 a 12:30 - Sala 3

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL Y GESTIÓN MINORISTA

Modera: Irene Gil Saura (Universitat de València)

Valor de marca y carteras de marcas de distribuidor. (Ponencia)

Martos Partal, Mercedes (Universidad de Salamanca)
Fustinoni Venturini, Mariana (Universidad de Salamanca)
González Benito, Óscar (Universidad de Salamanca)

Importancia de las señales de calidad, de la empresa o de mercado en la elección de una franquicia. (Ponencia)

Calderón Monge, Esther (Universidad de Burgos)
Huerta Zavala, Pilar Angélica (Universidad de Burgos)

La influencia del género en la intención de compra de productos duraderos con marca de la distribución. (Ponencia)

Caplliure Giner, Eva María (Universitat de València)
Perez Cabañero, Carmen (Universitat de València)
Miquel Romero, Maria José (Universitat de València)

Patrones de internacionalización en el comercio minorista: una aplicación al sector de la moda textil española. (Ponencia)

Ruiz Molina, María Eugenia (Universitat de València)
Mollá Descals, Alejandro (Universitat de València)
Frasquet Deltoro, Marta (Universitat de València)

Aproximación al modelo de capital cliente en el sector minorista de gran consumo. (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)

Jueves 15 - 11:00 a 12:30 - Sala 4

**TOURISM MARKETING / ETHICS, SOCIAL RESPONSIBILITY
AND NON-PROFIT MARKETING**

Modera: Rajan Natarajan (Auburn University)

Online brand equity: an applied research to tourism sector. (Ponencia)

Callarisa Fiol, Luis J. (Universitat Jaume I de Castellón)
Sánchez García, Javier (Universitat Jaume I de Castellón)
Moliner Tena, Miguel Ángel (Universitat Jaume I de Castellón)

The use of ICT as a market strategy for smaller tourism enterprises: its effect on perceived value for the tourist and their behaviour. (Ponencia)

Polo Peña, Ana Isabel (Universidad de Granada)
Frías Jamilena, Dolores María (Universidad de Granada)
Rodríguez Molina, Miguel Ángel (Universidad de Granada)

Culture as a moderator of the relationship between service quality and the tourist's satisfaction with different distribution channels – the travel agency and the internet. (Ponencia)

Sabiote Ortiz, Carmen María (Universidad de Granada)
Frías Jamilena, Dolores María (Universidad de Granada)
Castañeda García, José Alberto (Universidad de Granada)

Social marketing for natural disaster prevention: a grounded theory of earthquake threat awareness-raising. (Ponencia)

Okazaki, Shintaro (Universidad Autónoma de Madrid)
Benavent Climent, Amadeo (Universidad de Granada)
Navarro Bailón, María Ángeles (Universidad de Murcia)

International assessment of environmentally motivated anti-consumption: main, moderating, and disaggregated effects. (Ponencia)

García De Frutos, Nieves (Universidad de Almería)
Ortega Egea, José Manuel (Universidad de Almería)



Jueves 15 - 11:00 a 12:30 - Sala 5

MARKETING TURÍSTICO

Modera: Teodoro Luque Martínez (Universidad de Granada)

La orientación al mercado en el sector de turismo rural: efectos en los resultados de la actividad empresarial y en el valor percibido por el mercado. (Tesis doctoral)

Polo Peña, Ana Isabel (Universidad de Granada)

Turismo enológico en España. (Tesis doctoral)

Gómez Rico, Mar (Universidad d. Castilla-La Mancha)

Efecto de los atributos de las webs de alojamientos de turismo rural en la intención de uso por los usuarios finales. (Ponencia)

San Martín Gutiérrez, Héctor (Universidad de Cantabria)

Herrero Crespo, Ángel (Universidad de Cantabria)

Collado Agudo, Jesús (Universidad de Cantabria)

Las TIC en la relación entre empresas turísticas desde el enfoque del análisis de grupos. (Ponencia)

Moliner Velázquez, Beatriz (Universitat de València)

Fuentes Blasco, María (Universidad Pablo de Olavide)

Gil Saura, Irene (Universitat de València)

Jueves 15 - 11:00 a 12:30 - Sala 6

ÉTICA, RESPONSABILIDAD SOCIAL Y MARKETING NO LUCRATIVO

Modera: Ignacio Rodríguez del Bosque (Universidad de Cantabria)

Blogs, otros medios de comunicación y comportamiento del internauta. (Ponencia)

Rufín Moreno, Ramón (Universidad Nacional de Edu a Distancia)

Medina Molina, Cayetano (CEADE)

Rey Moreno, Manuel (Universidad de Sevilla)

Desarrollo de una escala de medición de la imagen de responsabilidad social en el sector financiero. (Ponencia)

Pérez Ruiz, Andrea (Universidad de Cantabria)

Martínez García de Leaniz, Patricia (Universidad de Cantabria)

Rodríguez del Bosque, Ignacio (Universidad de Cantabria)

Las certificaciones de calidad dentro de la estrategia de RSC: la efectividad de las relaciones entre marketing e I+D como facilitador. (Ponencia)

Sanzo Pérez, M^a José (Universidad de Oviedo)
Álvarez González, Luis Ignacio (Universidad de Oviedo)
García Rodríguez, Nuria (Universidad de Oviedo)
Rey García, Marta (Universidad de A Coruña)
Puga García, Rosario (Universidad de Oviedo)

Are services industries' CSR as good as goods'? (Trabajo en curso)

Casado Díaz, Ana Belén (Universidad de Alicante)
Nicolau Gonzáábez, Juan Luis (Universidad de Alicante)
Ruiz Moreno, Felipe (Universidad Cardenal Herrera-Ceu)
Sellers Rubio, Ricardo (Universidad de Alicante)

El aprendizaje y la innovación como capacidades determinantes de la proactividad medioambiental: un estudio en el sector hotelero. (Trabajo en curso)

Fraj Andrés, Elena (Universidad de Zaragoza)
Matute Vallejo, Jorge (Universidad de Zaragoza)
Melero Polo, Iguácel (Universidad de Zaragoza)

Jueves 15 - 12:30 a 13: 45 - Salón de actos

SESIÓN PLENARIA

Modera: José Luis Munuera Alemán (Universidad de Murcia)

“Meet the Editors”

Peter Mouncey (Cranfield University). Ed. de *International Journal of Market Research*
Rajan Natarajan (Auburn University). Ed. de *Psychology & Marketing*

Jueves 15 - 14:00 a 16:15

ALMUERZO DE TRABAJO (HOTEL LUZ)

Jueves 15 - 16:30 a 17:45 - Sala I

MARKETING DE SERVICIOS

Modera: Francisco Mas Ruiz (Universidad de Alicante)

Los Programas de Fidelización Multisponsor: Un estudio de su influencia en la lealtad comportamental de sus asociados. (Tesis doctoral)

Villacé Molinero, M^a Teresa (Universidad Juan Carlos I)

Does the customers' educational level moderate service recovery processes? (Ponencia)

Cambra Fierro, Jesús J. (Universidad Pablo de Olavide)
Berbel Pineda, Juan M. (Universidad Pablo de Olavide)
Vázquez Carrasco, Rosario (Universidad Pablo de Olavide)
Ruiz Benítez, Rocío (Universidad Pablo de Olavide)



Metodologías de evaluación de la calidad de servicio en el transporte de mercancías. (Ponencia)

Gil Saura, Irene (Universitat de València)
Berenguer Contrí, Gloria (Universitat de València)
Ruiz Molina, María Eugenia (Universitat de València)
Ospina Pinzón, Santiago (Universitat de València)

Características de los autores y del manuscrito: influencia en la valoración de las comunicaciones. (Trabajo en curso)

Ruiz Conde, Enar (Universidad de Alicante)
Parreño Selva, Josefa (Universidad de Alicante)
Calderón Martínez, Aurora (Universidad de Alicante)
Mas Ruiz, Francisco José (Universidad de Alicante)

Jueves 15 - 16:30 a 17:45 - Sala 2

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Modera: Juan Luis Nicolau Gonzálbez (Universidad de Alicante)

Nationalism and familiarity in consumer attitudes to top-of-mind corporate brands: a comparison between Italian and Spanish students. (Ponencia)

Siano, Alfonso (Università degli studi di Salerno)
Porcu, Lucia (Universidad de Granada)
Palazzo, Maria (University of Bedfordshire)
Vollero, Agostino (Università degli studi di Salerno)
Rodríguez Priego, Nuria (Universidad de Granada)

Propuesta de un modelo de comportamiento de asistencia a espectáculos deportivos. (Ponencia)

Alonso Dos Santos, Manuel (Universidad de Granada)

Percepción del riesgo en la elección del transporte: uso del sistema Bikes' Sharing en la universidad. (Trabajo en curso)

Rodríguez-Priego, Nuria (Universidad de Granada)
Porcu, Lucía (Universidad de Granada)

Influencia de los mensajes de responsabilidad social corporativa (RSC) en la preferencia de los consumidores. (Trabajo en curso)

Mas Machuca, Marta (Universidad Politècnica de Catalunya)
Huertas García, Rubén (Universitat de Barcelona)
Consolación Segura, Carolina (Universitat Politècnica de Catalunya)



Jueves 15 - 16:30 a 17:45 - Sala 3

MARKETING INDUSTRIAL / INNOVACIÓN, CREACIÓN DE VALOR Y NUEVOS PRODUCTOS

Modera: Ana Isabel Rodríguez Escudero (Universidad de Valladolid)

Adaptación colaborativa e innovación en cooperativas agrarias: Un estudio empírico. (Ponencia)

Marcos Matás, Gustavo (Universidad de Murcia)
Hernández Espallardo, Miguel (Universidad de Murcia)
Arcas Lario, Narciso (Universidad Politécnica de Cartagena)

Impacto de la imagen de marca sobre las señales de calidad intrínseca del jamón curado. Un análisis comparativo vía catas hedónicas. (Ponencia)

Espejel Blanco, Joel Enrique (Universidad de Sonora)
Fandos Herrera, Carmina (Universidad de Zaragoza)
Flavián Blanco, Carlos (Universidad de Zaragoza)

Orientación al aprendizaje, capacidad de absorción y dinamismo de mercado: efectos sobre el desempeño de la innovación. (Trabajo en curso)

Lozano Torrano, Gustavo (Universidad de Murcia)
Hernández Espallardo, Miguel (Universidad de Murcia)
Rodríguez Orejuela, Augusto (Universidad del Valle (Colombia))

Customer involvement from organizational learning perspective. (Trabajo en curso)

Carbonell, Pilar (York University)
Rodríguez Escudero, Ana Isabel (Universidad de Valladolid)

Jueves 15 - 16:30 a 17:45 - Sala 4

MARKETING INTERNACIONAL

Modera: Julio Cerviño Fernández (Universidad Carlos III)

El efecto del país de origen y la intención de compra de los productos extranjeros. (Tesis doctoral)

Jiménez Torres, Nadia Huitzlin (Universidad de Burgos)

Internacionalización y rendimiento exportador de la industria vitivinícola chilena: un estudio empírico. (Tesis doctoral)

Liberman Yaconi, Sammy M. (Universidad Europea de Madrid)

La orientación al mercado de la red como factor determinante del resultado internacional de las nuevas empresas. (Ponencia)

Monferrer Tirado, Diego (Universitat Jaume I de Castellón)
Blesa Pérez, Andreu (Universitat Jaume I de Castellón)
Ripollés Meliá, María (Universitat Jaume I de Castellón)
Küster Boluda, Inés (Universitat de València)
Vila López, Natalia (Universitat de València)

Mercados atractivos para la internacionalización. (Ponencia)

Ramón-Jerónimo, María Ángeles (Universidad Pablo de Olavide)
Berbel Pineda, Juan Manuel (Universidad Pablo de Olavide)
Vázquez Carrasco, Rosario (Universidad Pablo de Olavide)

Jueves 15 - 16:30 a 17:45 - Sala 5

MARKETING TURÍSTICO

Modera: Águeda Esteban Talaya (Universidad de Castilla la Mancha)

Valor percibido global del proceso de decisión de compra online de un producto turístico. Efecto moderador de la cultura. (Tesis doctoral)

Sabiote Ortiz, Carmen M^a (Universidad de Granada)

La imagen del destino turístico: estudio conjunto de la motivación y la familiaridad, para su atractivo y competitividad. (Ponencia)

Cordente Rodríguez, María (Universidad d. Castilla-La Mancha)
Mondéjar Jiménez, Juan Antonio (Universidad d. Castilla-La Mancha)
Esteban Talaya, Águeda (Universidad d. Castilla-La Mancha)

La lealtad del consumidor hacia líneas aéreas: ¿es la satisfacción una condición suficiente? (Ponencia)

Bigné Alcañiz, Enrique (Universitat de València)
Currás Pérez, Rafael (Universitat de València)
Martí Parreño, José (Universitat de València)
Sánchez García, Isabel (Universitat de València)

El sector turístico en el siglo XXI y la búsqueda de sinergias con las series audiovisuales como medio de promoción de destinos turísticos. (Trabajo en curso)

Araújo Vila, Noelia (Universidad de Vigo)
Fraiz Brea, José Antonio (Universidad de Vigo)
Rodríguez Campo, Lorena (Universidad de Vigo)

Jueves 15 - 16:30 a 17:45 - Sala 6

ÉTICA, RESPONSABILIDAD SOCIAL Y MARKETING NO LUCRATIVO

Modera: Asunción Beerli Palacio (Universidad de Las Palmas)

La comunicación con celebridades en el sector no lucrativo: efecto y determinantes de la credibilidad de la fuente. (Ponencia)

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

Las memorias de sostenibilidad como elemento de comunicación empresarial. Análisis del marco GRI en el sector de la alimentación. (Ponencia)

García Martínez, Gabriel (Universitat Politècnica de València)

Capó Vicedo, Jordi (Universitat Politècnica de València)

De La Torre Sánchez, Patricia (Universitat Politècnica de València)

Las elecciones primarias del Partido Demócrata en 2008. Estudio de la campaña “on line” de Barack Obama y Hillary Clinton: un análisis comparado. (Trabajo en curso)

López Trigo, María (Universidad Cardenal Herrera-Ceu)

Marketing y proactividad ambiental: delimitación conceptual e integración empresarial. (Trabajo en curso)

Gázquez Abad, Juan Carlos (Universidad de Almería)

Mondéjar Jiménez, Juan Antonio (Universidad d. Castilla-La Mancha)

Huertas García, Rubén (Universitat de Barcelona)

Casas Romeo, Agustí (Universitat de Barcelona)

Jueves 14 - 18:00

SALIDA DE AUTOCARES A PEÑÍSCOLA

Salida desde el Hotel Luz

Jueves 14 - 19:30

VISITA GUIADA AL CASTILLO Y CIUDAD DE PEÑÍSCOLA

Jueves 14 - 21:00

CENA EN EL CASTILLO DEL PAPA LUNA (PEÑÍSCOLA)



VIERNES 16. EDIFICIO DEL CONSELL SOCIAL (FUE-UJI)

Viernes 16 - 9:00 a 10:30 - Sala 1

COMUNICACIÓN COMERCIAL

Modera: Jesús Gutiérrez Cillán (Universidad de Valladolid)

Análisis de la influencia de la disciplina deportiva en la transmisión de la imagen en el patrocinio: el caso español. (Ponencia)

Barreda Tarrazona, Raquel (Universidad de Jaén)
Vallet Bellmunt, Teresa (Universitat Jaume I de Castellón)
Cervera Taulet, Amparo (Universitat de València)

Barreras para la implantación de la comunicación integrada de marketing en las organizaciones. (Ponencia)

Valverde García, Javier (Universidad de Granada)
Rodríguez Molina, Miguel Ángel (Universidad de Granada)

Comunicación integrada de marketing: una aplicación empírica en el sector financiero. (Ponencia)

Valverde, Javier (Universidad de Granada)
Liebana Cabanillas, Francisco J. (Universidad de Granada)
Martínez Fiestas, Myriam (Universidad de Granada)
Porcu, Lucía (Universidad de Granada)

Efectos de la promoción de ventas on-line sobre la imagen de marca. (Ponencia)

Crespo Almendros, Esmeralda (Universidad de Granada)
Del Barrio García, Salvador (Universidad de Granada)

Determinantes de la aceptación de la publicidad móvil: actitud hacia la publicidad, control, irritación y utilidad percibida. (Trabajo en curso)

Sanz Blas, Silvia (Universitat de València)
Martí Parreño, José (Universitat de València)
Ruiz Mafé, Carla (Universitat de València)
Aldás Manzano, Joaquín (Universitat de València)

Viernes 16 - 9:00 a 10:30 - Sala 2

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Modera: Oscar González Benito (Universidad de Salamanca)

La lealtad del consumidor y el efecto moderador de la implicación con el producto: una aplicación al sector bancario español. (Tesis doctoral)

Fandos Roig, Juan Carlos (Universitat Jaume I de Castellón)

La elección de servicios turísticos online por los usuarios mayores de 55 años. Segmentación mediante clases latentes. (Ponencia)

Peral Peral , Begoña (Universidad de Sevilla)
Joaquina, Rodríguez-Bobada Rey (Universidad de Sevilla)
Sánchez Franco, Manuel Jesús (Universidad de Sevilla)
Villarejo Ramos, Ángel Francisco (Universidad de Sevilla)

La edad de las personas mayores como variable moderadora en un modelo de actitudes. (Ponencia)

Estrada Guillén, Marta (Universitat Jaume I de Castellón)
Moliner Tena, Miguel Ángel (Universitat Jaume I de Castellón)
Sánchez García, Javier (Universitat Jaume I de Castellón)
Fandos Roig, Juan Carlos (Universitat Jaume I de Castellón)

Influencia de la interactividad de la web sobre la imagen de un destino turístico. (Trabajo en curso)

Hidalgo Alcázar, María del Carmen (Universidad de Murcia)
Sicilia Piñero, María (Universidad de Murcia)

Cuando los consumidores traicionados buscan venganza. (Trabajo en curso)

López López, Inés (Universidad Miguel Hernández de Elche)
Ruiz de Maya, Salvador (Universidad de Murcia)

Viernes 16 - 9:00 a 10:30 - Sala 3

**DOCENCIA EN MARKETING E INNOVACIÓN EDUCATIVA /
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MODELIZACIÓN**

Modera: Enrique Martín Armario (Universidad de Sevilla)

La influencia de las fuentes de información en la elección de estudios de grado en marketing e investigación de mercados. (Ponencia)

Fuentes Moreno, Francisca (Universidad de Granada)
López Moreno, Lorenza (Universidad de Granada)
Navarro Ruiz, M^a Angustias (Universidad de Granada)
López Pérez, M^a Victoria (Universidad de Granada)
Casado Mateos, M^a Amparo (Universidad de Granada)

Influencia de la metodología *del international virtual consulting firm* en la adquisición de competencias: un estudio aplicado a los estudiantes de marketing. (Ponencia)

Arroyo Cañada, Francisco-Javier (Universitat de Barcelona)
Argila Irurita, Ana-María (Universitat de Barcelona)

Análisis crítico de la utilización de muestras de estudiantes en cuestionarios on-line. (Ponencia)

Martínez Fiestas, Myriam (Universidad de Granada)
Montoro Ríos, Francisco Javier (Universidad de Granada)
Sánchez Fernández, Juan (Universidad de Granada)
Muñoz Leiva, Francisco (Universidad de Granada)

Optimización de factores en estudios experimentales en el ámbito del comportamiento del consumidor: la metodología de superficie de respuesta. (Ponencia)

Huertas García, Rubén (Universitat de Barcelona)
Gázquez Abad, Juan Carlos (Universidad de Almería)
Martínez López, Francisco J. (Universidad de Granada)

La netnografía: una herramienta para la investigación cualitativa en contextos on-line. (Trabajo en curso)

Gázquez Abad, Juan Carlos (Universidad de Almería)
Casas Romeo, Agustí (Universitat de Barcelona)
Forgas Coll, Santiago (Universitat de Barcelona)
Huertas García, Rubén (Universitat de Barcelona)

Viernes 16 - 9:00 a 10:30 - Sala 4

MULTI-AREA SESSION

Modera: Richard P. Bagozzi (University of Michigan)

Do the consumers perceive that they co-create value? Insights from the online purchase experience. (Ponencia)

Blasco Arcas, Lorena (Universidad de Zaragoza)
Hernández Ortega, Blanca (Universidad de Zaragoza)
Jiménez Martínez, Julio (Universidad de Zaragoza)

Export strategic orientations and their consequences: analysis of forms heterogeneity. (Ponencia)

Navarro, Antonio (Universidad de Sevilla)
Rondán Cataluña, Francisco Javier (Universidad de Sevilla)
Rodríguez Rad, Carlos Javier (Universidad de Sevilla)
Ramos Hidalgo, Encarnación (Universidad de Sevilla)

Design and brand image as sources of equity in international fashion markets. (Ponencia)

Calvo Dopico, Domingo (Universidad de A Coruña)
Calvo Porral, Cristina (Universidad de A Coruña)

Subset designs in conjoint analysis: a methodological approach suitable for marketing research. (Ponencia)

Huertas García, Rubén (Universitat de Barcelona)
Gázquez Abad, Juan Carlos (Universidad de Almería)
Martínez López, Francisco J. (Universidad de Granada)

Antecedents of post-payment and pre-payment mobile commerce adoption services. (Trabajo en curso)

Rodríguez Guirao, Alicia (Universidad de Murcia)
López Nicolás, Carolina (Universidad de Murcia)
Molina Castillo, Francisco José (Universidad de Murcia)

Communication and trust in the context of NPD collaboration. (Trabajo en curso)

Pemartín González-Adalid, María (Universidad de Murcia)
Munuera Alemán, José Luis (Universidad de Murcia)
Rodríguez Escudero, Ana Isabel (Universidad de Valladolid)

How hedonic and utilitarian premiums determine promotional effectiveness? The contingent role of product-premium fit. (Trabajo en curso)

Palazon Vidal, Mariola (Universidad de Murcia)
Delgado Ballester, Elena (Universidad de Murcia)

Viernes 16 - 9:00 a 10:30 - Sala 5

NUEVAS TECNOLOGÍAS Y E-MARKETING

Modera: Amparo Cervera Taulet (Universitat de València)

Calidad de servicio, satisfacción e intenciones de comportamiento en el entorno online. Un análisis de la heterogeneidad del mercado. (Tesis doctoral)

Barrera Barrera, Ramón (Universidad de Sevilla)

Integración de los consumidores en comunidades virtuales: antecedentes y proceso. (Ponencia)

Camarero Izquierdo, Carmen (Universidad de Valladolid)
Rodríguez Pinto, Javier (Universidad de Valladolid)
San José Cabezudo, Rebeca (Universidad de Valladolid)

Las redes sociales en las transacciones B2C: la interactividad y el paradigma estímulo-respuesta. (Ponencia)

Hernández Fernández, Asunción (Universitat de València)
Küster Boluda, Inés (Universitat de València)
Vila López, Natalia (Universitat de València)

Estudio de la eficacia de los programas de fidelización online. (Trabajo en curso)

Gutiérrez Arranz, Ana María (Universidad de Valladolid)
San José Cabezudo, Rebeca (Universidad de Valladolid)

Motivos e impedimentos a la venta por teléfono móvil desde la perspectiva de la empresa española. (Trabajo en curso)

San Martín Gutiérrez, Sonia (Universidad de Burgos)
López Catalán, Blanca (Universidad Pablo de Olavide)



Viernes 16 - 9:00 a 10:30 - Sala 6

ÉTICA, RESPONSABILIDAD SOCIAL Y MARKETING NO LUCRATIVO

Moderador: Joan Llonch Andreu (Universitat Autònoma de Barcelona)

Orientación al Mercado vs. Orientación a la Sociedad en las universidades públicas: un estudio cualitativo. (Ponencia)

Casablanco Segura, M. del Carmen (Universitat Autònoma de Barcelona)

Llonch Andreu, Joan (Universitat Autònoma de Barcelona)

Students' perceived value of higher education. (Ponencia)

Galán Muros, Victoria (Universidad de Granada)

Del Barrio García, Salvador (Universidad de Granada)

¿Cómo conseguir la repetición y la prescripción de la donación de sangre entre los donantes actuales? (Ponencia)

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

Beerli Palacio, Asunción (Universidad de Las Palmas)

¿Existen diferencias socio-demográficas en la auto-valoración de los voluntarios en un mega- evento? (Ponencia)

Floristán, Elena (Universidad Católica de Valencia, San Vicente Mártir)

Fayos, Teresa (Universitat de València)

Arteaga, Francisco (Universidad Católica de Valencia, San Vicente Mártir)

Gallarza, Martina G. (Universitat de València)

Viernes 16 - 10:30 a 11:00

PAUSA CAFÉ

Viernes 16 - 11:00 a 12:30 - Salón de actos

SESIÓN PLENARIA

Moderador: Carlos Flavián Blanco (Universidad de Zaragoza)

“Biomarketing: The Coming Revolution in Neurology, Neuroendocrinology, and Genetics in Marketing Science and Practice”

Richard P. Bagozzi (University of Michigan)

Viernes 16 - 12:30 a 13:30 - Salón de actos

SESIÓN PLENARIA: ASAMBLEA GENERAL DE AEKMARK

Viernes 16 - 13:45 a 16:15

ALMUERZO DE TRABAJO (HOTEL LUZ)

Viernes 16 - 16:30 a 18:00 - Sala 1

COMUNICACIÓN COMERCIAL / DECISIONES DE PRECIO

Modera: José María Barrutia Legarreta (Universidad del País Vasco)

Reputación corporativa en cadenas televisivas: antecedentes y efectos. (Ponencia)

Bigné Alcañiz, Enrique (Universitat de València)
Küster Boluda, Inés (Universitat de València)
Vila López, Natalia (Universitat de València)
Canales Ronda, Pedro (Universitat de València)

Respuestas afectivas hacia las imágenes de paisajes en la publicidad verde: el efecto del entorno natural del público objetivo. (Ponencia)

Hartmann, Patrick (Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea)
Apaolaza Ibáñez, Vanessa (Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea)

Segmenting hotel clients by pricing variables and value for money. (Ponencia)

Rondan Cataluña, Francisco Javier (Universidad de Sevilla)
Rosa Díaz, Isabel María (Universidad de Sevilla)

¿Promociones o merchandising? Soluciones en función del tipo de producto y formato comercial. (Ponencia)

Garrido Morgado, Álvaro (Universidad de Salamanca)

La sensibilidad al precio de los nuevos productos: el efecto moderador de la predisposición a innovar del consumidor. (Trabajo en curso)

Cuestas Díaz, Pedro Jesús (Universidad de Murcia)
Fenollar Quereda, Pedro (Universidad de Murcia)
Munuera Alemán, José Luis (Universidad de Murcia)

Viernes 16 - 16:30 a 18:00 - Sala 2

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Modera: Rodolfo Vázquez Casielles (Universidad de Oviedo)

El efecto de compartir las emociones en el comportamiento del consumidor. (Tesis doctoral)

López López, Inés (Universidad de Murcia)

La espera desespera: Un estudio exploratorio de los culpables de la espera en los servicios. (Ponencia)

Pàmies Pallisé, Maria del Mar (Universitat Rovira i Virgili)
Ryan, Gerard (Universitat Rovira i Virgili)

Distancia del destino y búsqueda de información. Criterios para el diseño de páginas web. (Ponencia)

Casas Romeo, Agustí (Universitat de Barcelona)
Gázquez Abad, Juan Carlos (Universidad de Almería)
Huertas García, Rubén (Universitat de Barcelona)
Forgas Coll, Santiago (Universitat de Barcelona)

The influence of consumers' cognitive and psychografic characteristics on perceived deception in online and offline shopping. (Trabajo en curso)

Pascual del Riquelme Martínez, María Isabel (Universidad de Murcia)
Román Nicolás, Sergio (Universidad de Murcia)

Moderadores de la eficacia publicitaria en redes sociales. (Trabajo en curso)

Rejón Guardia, Francisco (Universidad de Granada)

Viernes 16 - 16:30 a 18:00 - Sala 3

INNOVACIÓN, CREACIÓN DE VALOR Y NUEVOS PRODUCTOS

Modera: Yolanda Polo Redondo (Universidad de Zaragoza)

La integración interorganizacional en el proceso de diseño de nuevos productos. (Ponencia)

Cantó Primo, Mónica (Universitat de València)
Frasquet Deltoro, Marta (Universitat de València)

Investigación básica e innovación de producto: ¿la cuadratura del círculo? (Ponencia)

Martínez-Sendra, Ana I. (Universidad de Vigo)
Quintás, María A. (Universidad de Vigo)
Vázquez, Xosé H. (Universidad de Vigo)

El efecto mediador del desaprendizaje en la relación entre marketing interno e intensidad en la innovación. (Ponencia)

González Mieres, Celina (Universidad de Oviedo)
Santos Vijande, María Leticia (Universidad de Oviedo)
López Sánchez, José Angel (Universidad de Extremadura)

The role of innovation speed in SMEs' new product development. (Trabajo en curso)

Moreno Moya, María (Universidad de Murcia)
Munuera Alemán, José Luis (Universidad de Murcia)



Viernes 16 - 16:30 a 18:00 - Sala 4

DOCENCIA EN MARKETING E INNOVACIÓN EDUCATIVA

Modera: María José Sanzo Pérez (Universidad de Oviedo)

¿Cómo enseñar marketing estratégico de forma atractiva? El concurso. (Ponencia)

Vallet Bellmunt, Teresa (Universitat Jaume I de Castellón)

Vallet Bellmunt, Antonio (Universitat Jaume I de Castellón)

Vallet Bellmunt, Ilu (Universitat Jaume I de Castellón)

Evaluación pos-servicio en la universidad. Análisis de los factores determinantes en la intención de repetir estudios y universidad por parte de los egresados. (Ponencia)

Luque Martínez, Teodoro (Universidad de Granada)

Doña Toledo, Luis (Universidad de Granada)

Introducing clickers in the class. Understanding the role of interactivity, collaborative learning and engagement in improving student learning performance. (Ponencia)

Blasco Arcas, Lorena (Universidad de Zaragoza)

Buil Carrasco, Isabel (Universidad de Zaragoza)

Hernandez Ortega, Blanca (Universidad de Zaragoza)

Sesé Oliván, F. Javier (Universidad de Zaragoza)

Las TIC cómo herramienta de innovación y coordinación docente en el área de Comercialización e Investigación de Mercados en el Grado de Administración y Dirección de Empresas (GADE). (Trabajo en curso)

Núñez Barriopedro, Estela (Universidad de Alcalá)

Cuesta Valiño, Pedro (Universidad de Alcalá)

Penelas Leguía, Azucena (Universidad de Alcalá)

Sarro, M^a del Mar (Universidad de Alcalá)

El papel de la implicación del estudiante en la aceptación de herramientas digitales docentes. (Trabajo en curso)

Barlés Arizón, María José (Universidad de Zaragoza)

Casaló Ariño, Luis Vicente (Universidad de Zaragoza)

Matute Vallejo, Jorge (Universidad de Zaragoza)

Viernes 16 - 16:30 a 18:00 - Sala 5

NUEVAS TECNOLOGÍAS Y E-MARKETING

Modera: Julio Jiménez Martínez (Universidad de Zaragoza)

Proposal of a Web site engagement scale and research model. Analysis of the influence of intra Web site comparative behaviour. (Tesis doctoral)

Hyder Espiñeira, J. Antonio (Universitat de València)

Análisis del efecto moderador de la experiencia en la satisfacción de la banca electrónica. (Ponencia)

Liebana Cabanillas, Francisco J. (Universidad de Granada)
Muñoz Leiva, Francisco (Universidad de Granada)

Antecedentes y consecuencias de la actitud hacia el uso de las redes sociales. (Ponencia)

Currás Pérez, Rafael (Universitat de València)
Ruiz Mafé, Carla (Universitat de València)
Sanz Blas, Silvia (Universitat de València)

Determinants of e-wom influence: the role of consumers' internet experience and the type of web site. (Trabajo en curso)

López Pérez, Manuela (Universidad de Murcia)
Sicilia Piñero, María (Universidad de Murcia)

Consumer participation on e-wom as a determinant of its influence. The mediating role of source credibility (Trabajo en curso)

López Pérez, Manuela (Universidad de Murcia)
Sicilia Piñero, María (Universidad de Murcia)

Viernes 16 - 16:30 a 18:00 - Sala 6

MARKETING RELACIONAL

Modera: Víctor Iglesias Argüelles (Universidad de Oviedo)

Redes de relaciones, capital social y competitividad empresarial. El caso de los emprendedores locales. (Tesis doctoral)

Hernández Carrión, Carlos (Universidad de Valladolid)

La comunicación como factor clave en las relaciones universidad-empresa. (Ponencia)

Calderón García, Haydee (Universitat de València)
Frasquet del Toro, Marta (Universitat de València)
Cervera Taulet, Amparo (Universitat de València)

El marketing de relaciones en las universidades privadas: efectos de la orientación al aprendizaje y al mercado. (Ponencia)

Cuesta Valiño, Pedro (Universidad de Alcalá)
Marangon, Vera (Universidad de Alcalá)

La dinámica promocional en los programas de fidelización: análisis de las variables que influyen en el índice de respuesta. (Ponencia)

Ponzoa, Jose Manuel (Universidad Complutense Madrid)
Villacé Molinero, M^a Teresa (Universidad Rey Juan Carlos)

Propuesta de un modelo para la medición del valor del cliente de servicios financieros. (Trabajo en curso)

Estrella Ramón, Antonia M^a (Universidad de Almería)
Sánchez Pérez, Manuel (Universidad de Almería)

Viernes 16 - 18:00 a 18:30

PAUSA CAFÉ

Viernes 16 - 18:30 a 19:30 - Salón de actos

SESIÓN PLENARIA: CLAUSURA Y ENTREGA DE PREMIOS

Viernes 16 - 21:00

CENA DE CLAUSURA (CLUB NÁUTICO DE CASTELLÓN)

