

El grupo Generés, con ayuda del Proyecto ECO 2014-54760, ha organizado dos seminarios durante el curso académico 2017-2018 en la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Zaragoza (Campus Paraíso).

Seminario de Investigación en Marketing

- 16 de octubre de 2017, en horario de 11.00h a 14.00h: “Branded App Design and its Impact on Firm Value” y “How to Increase your Odds of Getting Published in JBR”, impartido por el profesor Eric Boyd (James Madison University)
- 6 de febrero de 2018, en horario de 10:00 a 11:30h: “ A multilevel Understanding of the Customer Experience “, impartido por la profesora Lia Patricio (Universidad de Oporto)

Seminario en la Universidad de Zaragoza, 23-24 de marzo de 2017.

Social Influence, WOM and beyond: Future Trends in Digital Media

INFORMACIÓN GENERAL

En el marco de los proyectos de investigación “El social commerce y su influencia en el valor del cliente” y “Marketing de experiencias para una gestión integral y rentable de las relaciones con los clientes” financiados por el Ministerio de Economía y Competitividad, y dentro de las actividades de investigación que desarrolla el grupo Generés, va a celebrarse un seminario sobre **la influencia social en medios digitales** que tendrá lugar los días **23 y 24 de marzo de 2017** en la Universidad de Zaragoza.

El seminario, que lleva por título **“Social Influence, WOM and beyond: future trends in digital media”**, tiene como objetivo proporcionar un foro de debate sobre los nuevos retos y desarrollos que los contextos digitales suponen en el campo del marketing. El WOM y otros mecanismos de influencia social son un tema clave de investigación, dada su relevancia para la comunicación comercial y la gestión de los clientes. Los sistemas de recomendaciones y referencias, así como los ratings, fórums, etc., permiten a los usuarios adquirir un papel activo dentro en la estrategia de comunicación empresarial, lo que favorece su participación y su engagement con la empresa.

El seminario contará con presentaciones de trabajos seleccionados, enviados por los investigadores dentro del plazo fijado para ello, así como con conferencias invitadas sobre el tema del seminario, a cargo de dos profesores de reconocido prestigio internacional:

- Michael Haenlein, ESCP Europe (<http://www.michaelhaenlein.eu/>)
- Thorsten Hennig-Thurau, Westfälische Wilhelms-Universität Münster (<http://www.marketingcenter.de/lmm/team/chair.html>)

Además de sus respectivas charlas, los dos profesores invitados ofrecerán comentarios a los trabajos presentados en el seminario.

PROGRAMA DEL SEMINARIO

El programa del seminario puede consultarse **AQUÍ**.

CALL FOR PAPERS

Os animamos a contribuir al seminario a través de la presentación de trabajos, los cuales pueden abordar cualquier aspecto dentro del ámbito de la influencia social en los medios digitales; por ejemplo:

- La efectividad de programas de incentivación de WOM.
- El valor de los post de los medios sociales (confianza, calidad y credibilidad).
- Redes sociales, blogs y participación en comunidades virtuales.
- Engagement en social commerce.
- Valencia del WOM.
- Online reviews y relaciones con la marca en comunidades virtuales.

Así como cualquier otro tema relacionado con los anteriores o, en general, con el WOM y el social commerce.

Los autores que deseen presentar sus trabajos deberán enviar un resumen en inglés (de entre 500 y 1000 palabras, fuente Times New Roman 12, interlineado 1,5) donde se indique claramente el problema de investigación y los objetivos del trabajo, los datos y métodos utilizados, y los resultados obtenidos. También se pueden enviar work in progress. Los envíos serán electrónicos a la dirección cherrand@unizar.es, y serán considerados todos los trabajos recibidos hasta el 28 de febrero de 2017. La notificación de la aceptación de las ponencias se producirá el día 8 de marzo.

Se expedirán certificados de presentación de los trabajos y de asistencia (las presentaciones se efectuarán en inglés).

INSCRIPCIONES

A partir del 1 de marzo se abrirá el plazo para la inscripción en el seminario. Para ello, es necesario rellenar el siguiente FORMULARIO.

La cuota de **inscripción** para todos los participantes y asistentes es de 60 euros.

RESUMEN DE LAS FECHAS CLAVE:

Fecha límite envío de ponencias: Ampliamos el plazo hasta el 8 de marzo de 2017

Apertura de la inscripción: 1 de marzo de 2017

Comunicación de la aceptación de los trabajos: 8 de marzo de 2017

Fecha y lugar de celebración del seminario: 23 y 24 de marzo de 2017, Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Zaragoza (campus Paraíso).

Para más información podéis contactar con Julio Jiménez (jjimenez@unizar.es) o Carolina Herrando (cherrand@unizar.es).

Multichannel Marketing: Recasting the customer experience

Seminario en la Universidad de Zaragoza, 20 de Mayo de 2016

INFORMACION GENERAL

En el marco del proyecto de investigación "Marketing multicanal, hacia una gestión integrada y rentable de las relaciones con los clientes", financiado por la Fundación Ramón Areces y desarrollado por profesores del grupo de investigación Generés (<http://generes.unizar.es/>), y en colaboración con la Sección de Marketing de ACEDE, el día **20 de mayo de 2016** tendrá lugar en la Universidad de Zaragoza un seminario sobre

marketing multicanal.

El seminario, titulado “Multichannel Marketing: Recasting the Customer Experience”, tiene como objetivo proporcionar un foro de debate sobre los nuevos retos y desarrollos en el campo del marketing multicanal que se vienen produciendo como consecuencia de la introducción y popularización de nuevos canales de compra, comunicación y pago, y que han dado como resultado unas mayores expectativas de los consumidores para recibir una experiencia consistente y satisfactoria a través de todos los puntos de contacto con la empresa.

El seminario contará con presentaciones de trabajos por parte de profesores pertenecientes a diferentes instituciones nacionales, así como con tres conferencias invitadas sobre aspectos destacados del marketing multicanal a cargo de tres investigadores internacionales de reconocido prestigio:

- El profesor Scott A. Neslin, Dartmouth College (<http://faculty.tuck.dartmouth.edu/scott-neslin/>)
- El profesor Tammo H. A. Bijmolt, University of Groningen (<http://www.rug.nl/staff/t.h.a.bijmolt/>)
- El profesor Umut Konus, University of Amsterdam (<http://www.uva.nl/en/about-the-uva/organisation/staff-members/content/k/o/u.konus/u.konus.html>)

Además de sus respectivas charlas, los tres profesores invitados ofrecerán comentarios a los trabajos presentados y participarán en una mesa redonda donde se debatirá acerca de los nuevos retos del marketing multicanal.

PROGRAMA DEL SEMINARIO

Puede consultarse el programa preliminar **AQUÍ**.

INSCRIPCIONES

Está abierto el plazo para inscribirse en el seminario. La inscripción es gratuita, hasta completar aforo. El plazo de inscripción finaliza el 13 de mayo de 2016. Para formalizar la inscripción es preciso rellenar el siguiente **FORMULARIO WEB**.

RESUMEN FECHAS CLAVE

Fecha límite envío de ponencias: 28 de marzo de 2016 (envíos a imelero@unizar.es)

Comunicación de la aceptación de los trabajos: 18 de abril de 2016

Apertura de la inscripción: 25 de abril de 2016

Cierre de inscripción: 13 de mayo de 2016

Fecha y lugar de celebración del seminario: 20 de mayo de 2016, Salón de Actos de la Facultad de Economía y Empresa (Gran Vía 2), Universidad de Zaragoza

MÁS INFORMACIÓN

Para cualquier duda o consulta puedes contactar con F. Javier Sese (<http://generes.unizar.es/es/miembros/sese-olivan-francisco-javier/>)