

INTRODUCCIÓN

El Ciclo de Seminarios se desarrolla en el marco de la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial. El objetivo general es analizar las tendencias actuales del consumo y la distribución e investigar los cambios experimentados en el comportamiento del cliente, conociendo así sus necesidades y deseos. Se pretende sensibilizar a quienes investigan y/o adoptan decisiones de marketing en empresas fabricantes y detallistas sobre la necesidad de estudiar, reconocer y entender esos comportamientos que influyen en la captación y vinculación del cliente con la empresa, y por tanto poder saber así si un producto o servicio, con unas determinadas características, tendrá éxito en el mercado.

En particular, este año se llevarán a cabo cuatro seminarios con investigadores internacionales de prestigio y con profesionales del sector que analizarán diversos aspectos sobre aspectos sociales del comercio electrónico, la investigación cualitativa y las nuevas formas de conectar con el cliente y el análisis del proceso de compra en el punto de venta.

www.fundacionareces.es

(<http://catedrafundacionarecesdc.uniovi.es>)

*Cátedra Fundación Ramón Areces
de Distribución Comercial*

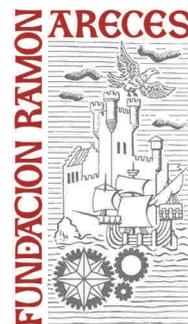
III Ciclo de Seminarios

**“Nuevas Experiencias de Compra
del Cliente y Estrategias
de Marketing para Fabricantes
y Distribuidores”**

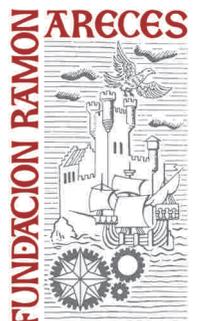
Oviedo, mayo y junio de 2011

PERFIL

Este Ciclo de Seminarios puede resultar de interés para investigadores especializados en el campo de la distribución comercial, para estudiantes de grado y postgrado preocupados por la Dirección de Empresas Detallistas, para empresarios y profesionales del sector fabricante, mayorista y minorista, para responsables políticos y técnicos en materia comercial y para representantes de asociaciones empresariales



Vitruvio, 5
28006 Madrid
Tel. 91 515 89 80



PROGRAMA

VIERNES 6 DE MAYO DE 2011

- 9:15h-9:30h **Recepción de participantes y recogida de material**
- 9:30h-9:45h **Presentación Seminario realizado como cierre III Reunión Científica sobre Estrategias Competitivas en Canales de Distribución Comercial Tradicional versus Online**
RODOLFO VÁZQUEZ CASIELLES e
IGNACIO A. RODRÍGUEZ-DEL BOSQUE
- 10:00h-13:00h **“E-Retailing and Social E-Shopping”**
CHARLES DENNIS
Professor of Marketing at Brunel University, London UK

Charles Dennis is a Chartered Marketer and has been elected a Fellow of the Chartered Institute of Marketing for helping to modernise the teaching of the discipline. His teaching and research area is E-retail and consumer behaviour. He has published in journals such as Journal of Business Research, Journal of Marketing Management and European Journal of Marketing. Books include Marketing the e-Business, (1st & 2nd editions) (joint-authored with Dr Lisa Harris); the research monograph (combined textbook) e-Retailing (Routledge); and research monograph Objects of Desire: Consumer Behaviour in Shopping Centre Choice (Palgrave).

VIERNES 13 DE MAYO DE 2011

- 9:00h-9:15h **Recepción de participantes y recogida de material**
- 9:15h-9:30h **Inauguración y presentación del conferenciante**
RODOLFO VÁZQUEZ CASIELLES y
JUAN A. TRESPALACIOS GUTIÉRREZ
- 9:30h-14:00h **“Marketing de Experiencias: e Internacionalización de Productos Agroalimentarios”**
AGUSTIN RUIZ VEGA
Catedrático Comercialización e Investigación de Mercados. Universidad de La Rioja

Agustín Ruiz Vega es un investigador de reconocido prestigio en diferentes temas vinculados con el marketing del vino, comportamiento del consumidor, decisiones sobre precios y marketing turístico, temas todos ellos relacionados con el comportamiento del consumidor y la distribución comercial detallista. Sus trabajos han sido publicados en revistas de gran impacto académico como British Food Journal, Journal of Wine Marketing, Journal of Retailing and Consumer Services, Journal of Services Marketing, Cuadernos Europeos de Dirección y Economía de la Empresa, Papeles de Economía Española, Revista Asturiana de Economía, Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa.

VIERNES 20 DE MAYO DE 2011

- 9:00h-9:15h **Recepción de participantes y recogida de material**
- 9:15h-9:30h **Inauguración y presentación del conferenciante**
VÍCTOR IGLESIAS ARGÜELLES y
LETICIA SANTOS VIJANDE
- 9:30h-14:00h **“Los Secretos de la Investigación en Marketing: Nuevas Formas de Conectar y Relacionarse con el Cliente”**
JOSÉ RAMÓN ARTETA y ROCÍO RUBIO
Group Account Director y Associate Director. Millward Brown Spain

Millward Brown es una de las principales compañías del mundo en estudios de mercado y experta en mejorar la eficacia de la publicidad, comunicaciones de marketing y estudios de valor de marcas y medios de comunicación. Millward Brown es parte de Kantar y pertenece a WPP. El seminario se divide en varias partes comentando Novedades en la Investigación del Comportamiento del Consumidor, desarrollando Casos Reales y Aplicaciones en Diferentes Sectores y profundizando en la Planificación de Marcas Poderosas, el Uso de Redes Sociales y Comunidades de Marca, así como la Herramienta de Eye Tracking como una nueva forma de abordar el estudio del consumidor.

VIERNES 3 DE JUNIO DE 2011

- 9:30h-9:45h **Recepción de participantes y recogida de material**
- 9:45h-10:0:h **Inauguración y presentación del conferenciante**
RODOLFO VÁZQUEZ CASIELLES y
MARÍA JOSÉ SANZO PÉREZ

- 10:00h-14:00h **“Tendencias en el Shopper y la Distribución Comercial en España”**
SUSANA MAGDALENO y
RAQUEL ARRIBAS
Retail Sector Director y Client Services Director/Directora de Relaciones Internacionales Kantar WorldPanel

Kantar Worldpanel (antes TNS Worldpanel) es el líder mundial en conocimiento y comprensión del consumidor a través de paneles de consumo. Su “Inspiración en Alta Definición” combina seguimientos de mercado, análisis avanzados y herramientas de investigación de mercados a medida para ofrecer retrosección, anticipación, insight y consultoría que inspiran el éxito de sus clientes. Con más de 40 años de experiencia, 3.000 expertos y servicio en más de 50 países Kantar Worldpanel proporciona inspiración en campos tan diversos como el Gran Consumo (alimentación y droguería), belleza y cuidado personal, textil, carburantes, telecomunicaciones, productos para el bebé y productos de impulso. Entre sus áreas de experiencia cabe mencionar: análisis de mercados, desarrollo de productos, marca y comunicación y retail and shopper insights. El seminario analizará diferentes cuestiones de esta última área de experiencia, profundizando en cuestiones como: el desarrollo de los canales y las cadenas de distribución, negociación y colaboración fabricante-distribuidor, gestión de las categorías en el punto de venta, innovaciones relevantes en el futuro de la distribución.

SEDE DEL CICLO DE SEMINARIOS

Salón de Grados
Facultad de Economía y Empresa
Avenida del Cristo s/n OVIEDO (33071)

COORDINADORES

D. EDUARDO ESTRADA ALONSO
D. VÍCTOR IGLESIAS ARGÜELLES
D^a. LETICIA SANTOS VIJANDE
D^a. MARÍA JOSÉ SANZO PÉREZ
D. JUAN A. TRESPALACIOS GUTIÉRREZ
D. RODOLFO VÁZQUEZ CASIELLES

INFORMACIÓN E INSCRIPCIONES

Inscripción gratuita
Certificado de asistencia

CONFIRMAR ASISTENCIA Y SOLICITAR INFORMACIÓN EN:

e-mail: catedrafarecesdc@uniovi.es