

INTRODUCCIÓN

La mayor experiencia de los consumidores en el uso de los canales digitales demanda nuevos modelos de negocio. Las marcas ya no son sólo fruto de lo que las empresas hacen o dicen que hacen. Una persona con un teléfono móvil, tableta u ordenador puede contar por sí misma un capítulo de la historia de absolutamente cualquier marca. La reputación de la marca no depende de la dimensión de la empresa que la gestiona sino del reconocimiento que los clientes, los empleados y la sociedad le otorgan. En medio de este panorama, más que nunca, "lo esencial es invisible a los ojos". Los consumidores cada vez son más eficientes en el aprovechamiento de este entorno. Esa eficiencia les lleva a dejar de poner el acento en el tener para ponerlo en el usar. El objetivo de esta Reunión Científica es tratar todas estas realidades a las que se enfrentan quienes desempeñan hoy tareas de responsabilidad en el ámbito de la gestión de marcas.

PERFIL

Esta Reunión Científica puede resultar de interés para investigadores especializados en el campo de la distribución comercial, del marketing *online* y del *e-commerce*, para estudiantes de grado y postgrado, para empresarios y profesionales de la distribución y del negocio en Internet, para responsables políticos y técnicos en materia comercial y de nuevas tecnologías y para representantes de asociaciones empresariales a nivel de fabricante y detallista.

*Cátedra Fundación Ramón Areces de
Distribución Comercial*

www.fundacionareces.es

<http://catedrafundacionarecesdc.uniovi.es>

VIII Reunión Científica

Gestionando lo intangible: el futuro de las marcas

Oviedo, 12 y 13 de mayo de 2016

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES



FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES

Vitruvio, 5
28006 Madrid
Tel. 91 515 89 80

Universidad de Oviedo

PROGRAMA

JUEVES 12 DE MAYO DE 2016

15:30h-15:45h **Recepción**

15:45h-16:00h **Inauguración y presentación**

RODOLFO VÁZQUEZ CASIELLES

Universidad de Oviedo

JUAN TRESPALACIOS GUTIÉRREZ

Universidad de Oviedo

EDUARDO ESTRADA ALONSO

Universidad de Oviedo

16:00h-17:45h **Mesa Redonda sobre *El valor de marca desde la perspectiva de los consumidores***

Moderadora: Ana Belén del Río Lanza

Universidad de Oviedo

MYRIAM QUIÑONES GARCÍA

Universidad Autónoma de Madrid

La actitud del comprador inteligente hacia la marca de distribuidor en un contexto internacional

CARLA DI PIERRI DEL VECCHIO

Universidad de la Rioja

¿Son escépticos los consumidores? El papel desempeñado por la marca y las certificaciones de calidad en las decisiones de compra online

JOSÉ RIVERA ALCAMI

Universidad de Valencia

La Responsabilidad Social Corporativa de las marcas globales y sus Efectos en la conducta del consumidor: un estudio del Sector moda rápida

17:45h-18:00h **Pausa Café**

18:00h-19:45h **Mesa Redonda *El papel de la Información en la gestión del valor de marca***

Moderador: Fernando González Astorga

Universidad Oviedo

SERGIO DAMAS ARROYO

Universidad de Granada

Técnicas computacionales para gestionar la imagen de marca

LUCÍA PORCU

Universidad de Granada

Modelización de la relación entre cultura adhocrática y resultados de marca: el papel mediador de la Comunicación Integrada de Marketing (CIM)

NURIA VIEJO FERNÁNDEZ

Universidad de Oviedo

El comportamiento omnicanal y las rutas de procesamiento de la información. Webrooming versus showrooming

VIERNES 13 DE MAYO DE 2016

10:15h-10:30h **Recepción**

10:30h-12:00h **Keynote speaker**

ROSELLINA FERRARO

University of Maryland

Contagious effects of customer misbehavior in access-based services

Professor Ferraro received her Ph.D. in Marketing from the Fuqua School of Business at Duke University. Her research focuses on consumer behavior, and specifically, the effects of nonconscious social influence on choice and preference and the effects of external threats on consumption behavior. Her work has been published in the Journal of Consumer Research and Journal of Marketing. She has presented research papers at the Association of Consumer Research and the Society for Consumer Psychology conferences. She teaches consumer behavior in the undergraduate and MBA programs and information processing in the PhD program. Professor Ferraro serves as the Associate Chair of the Marketing Department of the University of Maryland.

12:00h-13:30h **Colloquium**

ENRIQUE BIGÑÉ ALCAÑIZ

Universidad de Valencia

Frontiers in research in marketing: challenges and opportunities

SEDE DE LA REUNIÓN CIENTÍFICA

Sala de Grados

Facultad de Economía y Empresa

Avenida del Cristo s/n OVIEDO (33006)

COORDINADORES

D. EDUARDO ESTRADA ALONSO

D. FERNANDO GONZÁLEZ ASTORGA

D^a. ANA SUÁREZ VÁZQUEZ

D^a. BELÉN DEL RÍO LANZA

D. JUAN A. TRESPALACIOS GUTIÉRREZ

D. RODOLFO VÁZQUEZ CASIELLES

INFORMACIÓN E INSCRIPCIONES

Inscripción gratuita

Certificado de asistencia

Se ruega inscripción a la Reunión a través de la página web

www.catedrafundacionarecesdcuniovi.es

E-mail: catedrafarecesdc@uniovi.es

Síguenos en nuestras redes sociales



facebook.com/catedrafundacionramonareces



twitter.com/CatedraFRAdeDC



linkedin.com/company/catedra-fundación-ramón-areces-de-distribución-comercial