

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 mayorista y minorista, para responsables políticos y técnicos en materia comercial y para representantes de asociaciones empresariales.

www.fundacionareces.es

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

*Cátedra Fundación Ramón Areces
de Distribución Comercial*

II Ciclo de Seminarios

“Gestión de Empresas Detallistas: Utilidad y Aplicación de los Estudios de Mercado”

Oviedo, mayo de 2010

COORDINADORES

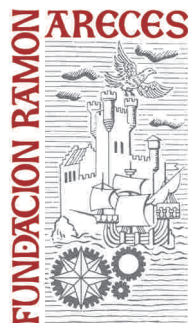
D. EDUARDO ESTRADA ALONSO
D^a. ANA BELÉN DEL RÍO LANZA
D^a. LETICIA SANTOS VIJANDE
D^a. MARÍA JOSÉ SANZO PÉREZ
D. JUAN A. TRESPALACIOS GUTIÉRREZ
D. RODOLFO VÁZQUEZ CASIELLES

INSCRIPCIONES Y CERTIFICADO DE ASISTENCIA

Participación gratuita. Certificado de asistencia.

CONFIRMAR ASISTENCIA Y SOLICITAR INFORMACIÓN:

e-mail: catedrafarecesdc@uniovi.es



Vitruvio, 5
28006 Madrid
Tel. 91 515 89 80



INTRODUCCIÓN

El Ciclo de Seminarios se desarrolla en el marco de la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial. El objetivo general es sensibilizar a quienes investigan y/o adoptan decisiones sobre actividades de marketing en empresas detallistas sobre la necesidad de los estudios de mercado, creando un foro de debate, reflexión y actuación para toda persona interesada por estos temas.

En particular, este año se llevarán a cabo tres seminarios con profesionales del sector e investigadores internacionales de prestigio que analizarán diversos aspectos sobre cómo generar marcas de prestigio, diseñar campañas de comunicación, conocer nuevas técnicas de investigación de mercados cualitativas y cuantitativas, aplicar la experimentación comercial y analizar la competencia entre formatos detallistas.

PROGRAMA

II CICLO DE SEMINARIOS

“Gestión de Empresas Detallistas: Utilidad y Aplicación de los Estudios de Mercado”

SEDE DEL CICLO DE SEMINARIOS

Salón de Grados
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
de la Universidad de Oviedo
Avenida del Cristo s/n OVIEDO (33071)

VIERNES 7 DE MAYO DE 2010

9:00h-9:15h	Recepción de participantes y recogida de material
9:15h-9:30h	Inauguración y presentación de los conferenciantes RODOLFO VÁZQUEZ CASIELLES JUAN A. TRESPALACIOS GUTIÉRREZ EDUARDO ESTRADA ALONSO
9:30h-14:00h	“La Investigación de Mercados en el Entorno del Marketing, la Publicidad y la Distribución” PEPE MARTINEZ y JOSÉ RAMÓN ARTETA Client Service Director y Group Account 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. Mediante el uso de una gama amplia, integrada y consolidada de métodos de investigación – tanto cualitativos como cuantitativos – Millward Brown ayuda a sus clientes a aumentar la aceptación de sus marcas y servicios. Millward Brown es parte de Kantar y pertenece a WPP.
El seminario se divide en varias partes comentando los siguientes temas: (1) ¿Cómo construir marcas ganadoras?; (2) Análisis de un caso real (categoría de bebidas alcohólicas); (3) Novedades y tendencias (cualitativas y cuantitativas).

VIERNES 14 DE MAYO DE 2010

9:30h-9:45h	Recepción de participantes y recogida de material
9:45h-10:00h	Inauguración y presentación del conferenciante MARÍA LETICIA SANTOS VIJANDE

10:00h-14:00h	“Experimentación Comercial y su Aplicación al Comportamiento del Consumidor en Internet” SALVADOR RUIZ DE MAYA Catedrático Comercialización e Investigación de Mercados. Universidad de Murcia
---------------	--

Salvador Ruiz de Maya es un investigador de reconocido prestigio en diferentes temas vinculados con el comportamiento del consumidor: satisfacción y retención de clientes, procesamiento de la información, decisiones familiares, el consumidor ante la comunicación y el desarrollo de nuevos productos, comportamiento del consumidor en Internet. Sus trabajos han sido publicados en revistas de gran impacto académico como International Journal of Market Research, Journal of Advertising, Journal of Business Ethics, Journal of Business Research, Journal of Interactive Advertising, Cuadernos Europeos de Dirección y Economía de la Empresa, Revista Española de Investigación de Marketing,

VIERNES 21 DE MAYO DE 2010

9:30h-9:45h	Presentación del Seminario realizado como cierre de la II Reunión Científica sobre “Distribución Comercial y Comportamiento del Consumidor” MARÍA JOSÉ SANZO PÉREZ
10:00h-13:00h	“New Opportunities for Empirical Research in Retailing” KUSUM AILAWADI Professor of Marketing, Tuck School of Business, Dartmouth (New Hampshire, USA)

Kusum Ailawadi ha investigado sobre el impacto de la estrategia de marketing en la empresa, la categoría de productos y la marca. Muestra especial interés por las relaciones de poder entre fabricantes y detallistas, así como por la utilización de marcas del distribuidor, promociones y lealtad a la empresa detallista. Sus trabajos han sido publicados en revistas de gran impacto académico como Journal of Marketing, Journal of Marketing Research, Marketing Science, International Journal of Research in Marketing o Journal of Retailing.