



PRÓXIMOS SEMINARIOS AEMARK. 22 Y 23 ENERO 2018

Como en años anteriores, Aemark está organizando sendos seminarios de docencia e investigación, que se celebrarán en Madrid los días 22 y 23 de enero de 2018.

- Seminario “Docencia on-line en universidades presenciales”.

El presente seminario pretende dar conocer experiencias de docencia on-line que permitan trabajar con tecnologías educativas de nueva generación que se utilizan en el proceso de enseñanza-aprendizaje, experiencias inmersivas de los estudiantes en línea y su impacto sobre el rendimiento y la continuidad, nuevos diseños de materiales didácticos, así como prácticas desarrolladas a través de diversos proyectos de innovación educativa con herramientas docentes online (vídeos y gamificación con móvil) en clases presenciales.

Programa:

Lunes, 22 de enero

11:00 h.: Ponencia: “Nuevas fronteras para la educación universitaria en marketing: modelos educativos y diseños didácticos abiertos y en línea”

Ponente: Inma Rodríguez-Ardura, Universitat Oberta de Catalunya.

12:30 h.: Mesa redonda: “Experiencias de nuevas metodologías de docencia on-line en universidades presenciales”.

Participantes: Enrique Bigné Alcañiz, Universidad de Valencia; Carlos Orús Sanclemente, Universidad de Zaragoza; y Sandra Cavero Brújula, Universidad Pública de Navarra. Moderador: Juan Antonio Mondéjar Jiménez, Universidad de Castilla-La Mancha.

Lugar de celebración:

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Autónoma de Madrid.

Inscripción: Gratuita (socios AEMARK participantes en el Seminario de Investigación en Experimentación), 25 € (socios AEMARK) ó 50 € (no socios AEMARK).

- Seminario “Experimentación y su aplicación en marketing”

Este seminario tiene como objetivo presentar la experimentación como herramienta para hacer investigación en marketing. Se introducirá a los asistentes en las claves de un buen diseño experimental, la selección de muestra, incentivos y software. Se analizarán datos obtenidos de experimentos y se presentarán las diferencias entre experimentación en marketing y economía experimental, las metodologías y tecnologías complementarias a la economía experimental y, por último, las aplicaciones de la economía experimental al marketing.

Programa:

Lunes 22 de Enero

15:30 Presentación de la jornada.

15:35 - 16:35 ¿Qué es un experimento económico? Algunos ejemplos prácticos.

16:35 - 17:35 Las claves de un buen diseño experimental.

17:35 – 18.00 Pausa-café

18:00 - 19:00 Aspectos prácticos de cómo realizar un experimento: i) selección de muestra; ii) incentivo; iii) software.

19:00 – 20:00 Análisis de los datos obtenidos de experimentos.

Martes 23 de Enero

09:00 - 10:30 Análisis de los datos obtenidos de experimentos.

10:30 - 11:00 Pause-café

11:00 - 13:30 La economía experimental y el marketing: i) Diferencias entre experimentación en marketing y economía experimental; ii) Metodologías y tecnologías complementarias a la economía experimental; iii) Aplicaciones de la economía experimental al marketing.

Ponente: Pedro Rey Biel, Profesor del departamento de Economía e Historia Económica de la Facultad de Economía y Empresa de la Universitat Autònoma de Barcelona

Lugar de celebración:

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Autónoma de Madrid.

Inscripción: 50 € (socio AEMARK) ó 90 € (no socio AEMARK).

Inscripción mediante transferencia bancaria: cuenta ES45 0081 0339 9000 0133 0441, Beneficiario: Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK).

Plazas limitadas hasta completar aforo. Necesaria la confirmación de asistencia en secretaria@aemark.es