

NOMBRE Y APELLIDOS	INSTITUCIÓN DE PROCEDENCIA	ASIGNATURA	ACTIVIDAD
Álvaro Garrido Morgado	Universidad de Salamanca	Dirección de Producto y Marca	Claves para la gestión de estímulos comerciales
Ana Isabel Jiménez Zarco	Universidad Ouberta Catalunya	Técnicas de Investigación en Marketing	Brand Love: Caso práctico de investigación
Ana M. González Fernández	Universidad de León	Taller de marketing sectorial	LifeStyleTravel: Cuéntame tu estilo de vida y proyectaré tu sueño cultural
Francisco Gil Carmona	ESADE y Museo chocolate	Técnicas de Investigación en Marketing	Marketing de experiencias: Museo del Chocolate
Gemma García Ferrer	Universidad Rey Juan Carlos	Técnicas de Investigación en Marketing	Taller Análisis Multivariante
Joechen Weiner	Goethe Universitat	Modelos de comportamiento/DOCTORADO ECONOMIA Y EMPRESA	The Risk Signal of Price among Complementary Products: Evidence from Innovative Short-Term Insurances
Juan Antonio Mondéjar	Universidad Castilla La Mancha	Dirección Canales de Distribución/DOCTORADO ECONOMIA Y EMPRESA	Decisiones de precios en entornos virtuales
Justin Paul	University of Puerto Rico	Modelización en Investigación Comercial/DOCTORADO EN ECONOMÍA Y EMPRESA	Journals and editors' strategies
Mari Mar García de los Salmones	Universidad de Cantabria	Taller de marketing sectorial	Soñar, planificar, vivir y recordar: como atraer al turista 3.0.
María Álvarez	Bogazici Univesity	Modelización en Investigación Comercial/DOCTORADO EN ECONOMÍA Y EMPRESA	Animosidad y su efecto en la demanda turística. El caso de Korea del Norte
Miguel Ángel Gómez Borja	Universidad Castilla La Mancha	Dirección de Comunicación/ DOCTORADO ECONOMIA Y EMPRESA	Nuevos modelos de marketing de relaciones: estrategias y acciones en los ecosistemas digitales
Ricardo Sellers	Universidad de Alicante	Dirección Canales de distribución/DOCTORADO ECONOMIA Y EMPRESA	Análisis comparado de la eficiencia en el sector de la Distribución comercial de la UE
Rita Coelho do Vale	Universidad Católica de Lisboa	Técnicas de Investigación en Marketing/DOCTORADO EN ECONOMÍA Y EMPRESA	Behavioral Research tools to gain insight about Consumers' Behavior
Sebastián Molinillo	Universidad de Málaga	Dirección de Comunicación/DOCTORADO ECONOMIA Y EMPRESA	¿De qué depende el éxito de una app?: Factores influyentes en el uso de aplicaciones móviles comerciales