



Una tesis doctoral de la UGR, premiada en el XXVI Congreso Nacional de Marketing

30/09/2014

Organizado por la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK), este encuentro supone todo un referente en el área de Comercialización e Investigación de Mercados

Francisco Rejón Guardia, investigador del departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la **Universidad de Granada**, ha obtenido el primer premio a la mejor tesis doctoral del año en el XXVI Congreso Nacional de Marketing, uno de los encuentros más importantes en esta disciplina, que se ha celebrado recientemente en la Universidad Miguel Hernández de Elche.



Organizado por la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK), este congreso se celebra desde finales de la década de los 80 y supone todo un referente en el área de Comercialización e Investigación de Mercados a nivel nacional.

La tesis de Francisco Rejón fue dirigida por la profesores Juan Sánchez Fernández y Francisco Muñoz Leiva, bajo el título “La respuesta del consumidor a la publicidad en redes sociales: Análisis del efecto de la presión publicitaria y la experiencia”.

La tesis doctoral se encuentra focalizada en el estudio de la eficacia de la publicidad en redes sociales, con el propósito de discernir si el modelo de negocio en el que se basan actualmente estas redes es eficaz desde un punto de vista comunicacional. El trabajo profundiza en el procesamiento de la información publicitaria y para ello se ha analizado la existencia de efectos sobre las variables cognitivas, afectivas o comportamentales del consumidor, así como su moderación por factores como la experiencia de uso de redes sociales y la presión publicitaria.

En concreto, el marco de referencia se centró en analizar la eficacia de la publicidad en redes sociales, aportando para ello el desarrollo de un modelo de procesamiento-respuesta hacia la publicidad, compuesto por tres grandes grupos de variables y sus interrelaciones. El primero de ellos lo han formado las variables de procesamiento publicitario comúnmente empleadas por la literatura (creencias, actitudes, intenciones de uso); el segundo lo han constituido el grupo de variables relacionadas con el eWOM (“boca a oído” electrónico) y su influencia sobre el procesamiento de la publicidad; y un último bloque de variables vinculadas con las respuestas negativas hacia la publicidad no solicitada en redes sociales (control percibido, intrusión, niveles de reactancia, evasión).

Por tanto, bajo estos planteamientos se aunó, en el mismo análisis, el estudio de la eficacia publicitaria y del comportamiento del consumidor en redes sociales, así como la influencia del “boca a oído” electrónico sobre las anteriores y la influencia de los antecedentes de la evasión publicitaria ante la publicidad no solicitada.

Sobre la AEMARK

La Asociación Española de Marketing Académico y Profesional es una organización dedicada a servir a las personas que tengan un interés por el Marketing: profesores, directivos, ejecutivos, investigadores, estudiosos y profesionales preocupados por el desarrollo del campo del marketing en España.

La misión de AEMARK es proporcionar a los interesados en el desarrollo del conocimiento de marketing un ámbito para estimular, promover, divulgar y aplicar la enseñanza y la investigación de la disciplina. Para alcanzar estos objetivos, entre las funciones de AEMARK destacan la generación, información nueva y valiosa en el ámbito del marketing, el favorecer la transformación de esta información en conocimiento útil y, asimismo, propiciar la difusión de este conocimiento entre los potencialmente usuarios y beneficiarios del mismo.



Francisco Rejón Guardia recoge el premio a la mejor tesis



014 en el Congreso nacional de marketing AEMARK.

Francisco Rejón Guardia, investigador del departamento

de Comercialización e Investigación de Mercados de la **UGR**.

Contacto:

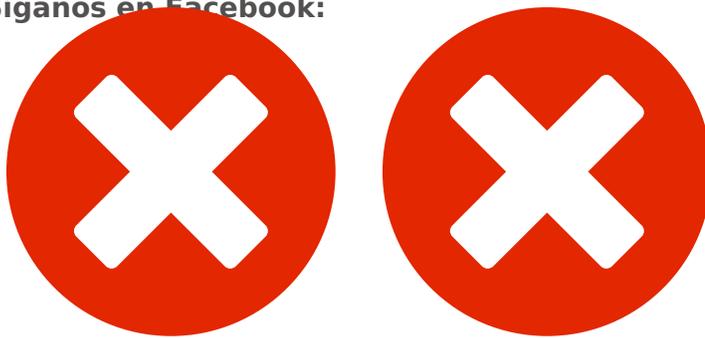
Francisco Rejón Guardia

Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la **UGR**.

Teléfono: 958 240 938

Correo electrónico: LINK: --LOGIN--0669f01c45fb07ba8686676dd299c529ugr[dot]es -
> --LOGIN--0669f01c45fb07ba8686676dd299c529ugr%5Bdot%5Des

Síguenos en Facebook:



Síguenos en Twitter:



- LINK: PROPUESTA DE ACTIVIDADES CANAL UGR -> <http://canal.ugr.es/prensa-y-comunicacion/item/54050>
- **CANALUGR: RECURSOS DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN**
- **PUBLICITE SU CONGRESO UGR**
- **VER MÁS NOTICIAS DE LA UGR**
- **BUSCAR OTRAS NOTICIAS E INFORMACIONES DE LA UGR PUBLICADAS Y/O RECOGIDAS POR EL GABINETE DE COMUNICACIÓN**
- **RESUMEN DE MEDIOS IMPRESOS DE LA UGR**
- **RESUMEN DE MEDIOS DIGITALES DE LA UGR**
- **RECOMENDACIONES PARA EL USO DE LAS LISTAS DE DISTRIBUCIÓN DE LA UGR**
- LINK: Perfiles oficiales institucionales de la UGR en las redes sociales virtuales Tuenti, Facebook, Twitter y YouTube -> /tablon*/boletines-canal-ugr/formulario-de-propuesta-de-actividades

Gabinete de Comunicación - Secretaría General

UNIVERSIDAD DE GRANADA

Acera de San Ildefonso, s/n. 18071. Granada (España)

Tel. 958 243063 - 958 244278

Correo e. LINK: --LOGIN--61dab3f5145154c15507d4098f0f1b4eugr[dot]es -> --
LOGIN--61dab3f5145154c15507d4098f0f1b4eugr%5Bdot%5Des

<http://secretariageneral.ugr.es/>

Web: <http://canal.ugr.es> Facebook UGR Informa:
<https://www.facebook.com/UGRinforma>
Facebook UGR Divulga: <https://www.facebook.com/UGRdivulga>
Twitter UGR Divulga: <https://twitter.com/UGRdivulga>