
Màrqueting mòbil

PID_00246273

Rocío Aguilar-Illescas
Rafael Anaya Sánchez
Francisco J. Martínez-López

Material docent de la UOC




Rocío Aguilar-Illescas

Rocío Aguilar-Illescas és llicenciada en Administració i direcció d'empreses i té el títol de màster universitari de Màrqueting de negocis i el doctorat europeu en Economia i administració d'empreses per la Universitat de Màlaga. És professora de l'Àrea de Comercialització i Recerca de Mercats en el Departament d'Economia i Administració d'Empreses de la Universitat de Màlaga (Espanya) des de l'any 2009. Ha estat investigadora visitant a la Universitat de l'Algarve (Portugal). La seva recerca ha donat lloc a una sèrie d'articles publicats en revistes científiques com ara *Electronic Commerce Research and Applications*, *AdResearch*, *Cuadernos de Ciencias Económicas y Empresariales* o *Encontros Científicos-Tourism & Management Studies*, i a llibres i capítols de llibres en editorials com ara Springer o ESIC. També ha participat en conferències espanyoles i internacionals sobre màrqueting, negocis i comerç, com ara AEMARK, Hispano-Lusas de Gestión o ACEDE. Igualment, ha format part dels comitès organitzadors de congressos nacionals i internacionals (ACEDE, 2014; ISNB & PL, 2014) i ha col·laborat en projectes de recerca per a organitzacions públiques, com ara la Junta d'Andalusia o l'Ajuntament de Màlaga.


Rafael Anaya Sánchez

Rafael Anaya Sánchez és doctor per la Universitat de Màlaga a l'Àrea de Comercialització i Recerca de Mercats. Des de 2009, és professor d'aquesta àrea i imparteix classes d'assignatures com *Direcció comercial* i *Distribució comercial*, tant en graus com en màsters oficials. Al seu torn, ha compaginat la tasca docent amb la realització de projectes de consultoria i recerca de mercats per a la Junta d'Andalusia, la Federació de Comerç de Màlaga o l'Ajuntament de Màlaga. En la seva faceta investigadora, s'ha centrat en l'estudi de comunitats virtuals de marca i del *social commerce*, i ha publicat els seus treballs tant en revistes de reconegut prestigi (per exemple, *Electronic Commerce Research and Applications*) com en congressos nacionals i internacionals (AEMARK, ACEDE, International Marketing Trends Conference, Tourism Management Studies International Conference, etc.).


Francisco J. Martínez-López

Francisco J. Martínez-López és màster en Ciències en màrqueting i té el títol de doctorat europeu en Administració d'empreses (2005), amb premi extraordinari de doctorat, per la Universitat de Granada. És catedràtic d'universitat i pertany al Departament d'Organització d'Empreses, dins del Grup de Màrqueting de la UOC. Ha estat investigador visitant a la Zicklin School of Business (CUNY, NY, EUA), la Rutgers Business School (Rutgers University, NJ, EUA), l'Aston Business School (Aston University, Birmingham, RU), la University of Chicago Booth School of Business (Chicago, EUA), la Michael Smurfit School of Business (University College Dublin, Irlanda), la LUISS Business School (Roma, Itàlia) i la Universitat Complutense (Madrid). És cap de redacció de l'*International Journal of Business Environment* i editor associat de l'*European Journal of Marketing*. Ha publicat en nombroses revistes acadèmiques internacionals de prestigi, com ara *Journal of Retailing*, *Int. J. of Management Reviews* i *Industrial Marketing Management*.

L'encàrrec i la creació d'aquest material docent han estat coordinats per les professores: Irene Esteban Millat, Maria Pujol Jover (2017)

Primera edició: octubre 2017

© Rafael Anaya Sánchez, Rocío Aguilar-Illescas, Francisco J. Martínez-López

Tots els drets reservats

© d'aquesta edició, FUOC, 2017

Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona

Disseny: Manel Andreu

Realització editorial: Oberta UOC Publishing, SL

Cap part d'aquesta publicació, incloent-hi el disseny general i la coberta, no pot ser copiada, reproduïda, emmagatzemada o transmesa de cap manera ni per cap mitjà, tant si és elèctric com químic, mecànic, òptic, de gravació, de fotocòpia o per altres mètodes, sense l'autorització prèvia per escrit dels titulars del copyright.

Continguts

Mòdul didàctic 1

Màrqueting mòbil

Rocío Aguilar-Illescas, Rafael Anaya Sánchez i Francisco J. Martínez-López

1. Què és el màrqueting mòbil?
2. Evolució del màrqueting mòbil
3. Canvis en el mercat
4. *Mobile commerce*
5. Implementació a l'empresa
6. Descripció de l'entorn del cas pràctic
7. Resolució del cas pràctic

