



Asociación
Internacional de
Marketing
Público y
No Lucrativo



UNIVERSIDADE DA CORUÑA

**IX INTERNATIONAL CONGRESS ON TEACHING CASES RELATED TO PUBLIC
AND NONPROFIT MARKETING
IX CONGRESO INTERNACIONAL DE CASOS DOCENTES EN MARKETING
PÚBLICO Y NO LUCRATIVO
IX CONGRESSO INTERNACIONAL DE CASOS DOCENTES EM MARKETING
PÚBLICO E NÃO LUCRATIVO**

The International Association on Public and Nonprofit Marketing (AIMPN / IAPNM), in collaboration with the University of A Coruña (UDC) Marketing Area, organizes the VII International Congress on Teaching Cases related to Public and Nonprofit Marketing under the motto:

“Utopian Marketing” / “Marketing utópico”

Marketing, understood as “the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large” (AMA), can make an enormous contribution to the wellbeing of citizens. First, people expect brands to improve their lives through providing meaningful experiences that enhance their personal quality of life. Second, people want to make a difference in their communities and expect organizations (firms, nonprofits, public entities) to become also transformational agents whom they can establish meaningful relations with.

Consumers demand affordable, enjoyable and environmentally friendly products that help them make meaningful connections with other people and the planet. This congress will explore the antecedents, development and consequences of real marketing strategies oriented towards building a different world –thus transforming utopia into reality-. What are the enablers and barriers of utopian marketing strategies? How are they deployed? What do their potential and limitations consist of? Cases to be researched will pay particular attention to the following issues:

- CSR and sustainability
- Green marketing
- Social marketing
- Social entrepreneurship & social innovation
- Transformative services
- Transformative consumer research
- Public & political marketing
- Nonprofit marketing

CALL FOR PAPERS/LLAMADA A TRABAJOS

Estimados miembros de la Comunidad AIMPN:

La Asociación Internacional de Marketing Público y No Lucrativo (AIMPN/IAPNM), en colaboración con la el área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Facultad de Economía y Empresa de la Universidade da Coruña, organiza el **IX Congreso Internacional de Casos Docentes en Marketing Público y No Lucrativo** que, bajo el lema "**Marketing utópico**", tendrá lugar el **viernes 17 de noviembre de 2017**, en A Coruña (España).

Este evento, orientado a diseminar la investigación conjunta de profesores, investigadores y alumnos (presencial o virtual, según los casos), tiene como finalidad constituir un foro de debate en el que se pongan de manifiesto las inquietudes de ambos colectivos en relación con aquellos aspectos relacionados con el tercer sector, empresas y el sector público. Este año lo dedicamos al Marketing Utópico y a todas las estrategias de marketing orientadas hacia la construcción de una sociedad distinta.

Para ello se constituirán **equipos de trabajo** formados por **un profesor-tutor y hasta 5 alumnos**, los cuales elaborarán y presentarán **casos de estudio** cuya extensión estará comprendida entre **5 y 10 páginas**, en español, portugués o inglés, de acuerdo con la plantilla-formato que será facilitada. Dichos casos sintetizarán investigaciones sobre **campañas reales llevadas a cabo por empresas, instituciones públicas o no lucrativas que resulten particularmente destacables por el uso de herramientas de Marketing Utópico, ya sean digitales o convencionales, analizadas desde la perspectiva del marketing u otras disciplinas afines.**

El Comité Científico **seleccionará los mejores casos** en base a su calidad científica, para su presentación a modo de ponencia durante el Congreso. La realización de dichas presentaciones, presencial o virtualmente, será acreditada mediante la entrega del correspondiente **diploma**. En todos los casos se entregará a los inscritos **certificado** de participación (y, en su caso, de presentación del correspondiente trabajo).

Asimismo, los autores seleccionados para presentar una ponencia sobre su caso de estudio podrían ser invitados a la publicación de versiones de su trabajo en alguna de las revistas o publicaciones especializadas editadas por la AIMPN/IAPNM, incluida **Casos de Marketing Público y No Lucrativo / Casos de Marketing Público e Não Lucrativo**, publicación en formato electrónico avalada por un **Comité Científico Internacional**, donde cada uno de los casos seleccionados será presentado como capítulo de la misma.

MODALIDADES DE PARTICIPACIÓN Y CUOTAS DE INSCRIPCIÓN

a) **Inscripción presencial** (*), para aquellos profesores y alumnos que deseen asistir a las sesiones de trabajo del Congreso y presenten uno o más casos para su consideración:

1. Con presentación de trabajo/s:

Cuota para profesores: **Gratuita**

Cuota para alumnos: **10 €**

2. Sin presentación de trabajo/s:

Cuota para profesores: **30 €**

Cuota para alumnos: **30 €**

(*) Los profesores y alumnos de la Institución organizadora deberán necesariamente inscribirse en esta modalidad.

b) **Inscripción virtual**, para aquellos profesores y alumnos que no puedan asistir a las sesiones de trabajo del Congreso por razones de desplazamiento y presenten uno o más casos para su consideración:

Cuota para profesores: **Gratuita**

Cuota para alumnos: **5 €**

FECHAS DE INTERÉS

- **Inscripción de equipos** de profesores y alumnos que deseen presentar uno o más casos para su consideración (sin límite):
hasta el **6 de octubre de 2017**. Aquellos **profesores** que se hayan registrado hasta esa fecha pasarán a formar parte del **Comité Científico** del Congreso.
- **Envío de trabajos**, elaborados según formato: hasta el **27 de octubre de 2017**.
- **Comunicación de la aceptación/rechazo** de los trabajos enviados: **3 de noviembre de 2017**.
- **Celebración del Congreso**: **17 de noviembre de 2017**. Inscripción de participantes que no presenten casos para su consideración: hasta la fecha de celebración.

PASOS A SEGUIR PARA LA INSCRIPCIÓN DE EQUIPOS PARTICIPANTES

1. Cada profesor-tutor interesado en participar se inscribirá en el Congreso, a través de un enlace web, indicando su nombre y el de los alumnos integrantes de su/s equipo/s, la dirección de correo electrónico de todos ellos, institución de procedencia, la modalidad de inscripción (presencial o virtual), así como el área temática en el que se encuadra la/s ponencia/s, y dentro del plazo previsto (hasta el 6 de octubre).
2. Desde el Comité de Organización del Congreso se proporcionará, en su caso, al profesor los datos bancarios precisos para efectuar el abono de la cuota de participación, así como la plantilla-formato para el envío del trabajo (hasta la fecha límite del 27 de octubre).

Para cualquier consulta o sugerencia enviar un correo electrónico a aimpn2017@udc.es

INTERNATIONAL SCIENTIFIC COMMITTEE / COMITÉ CIENTÍFICO INTERNACIONAL

PRESIDENT

José Luis VÁZQUEZ, University of León

Amparo CERVERA, University of Valencia

Helena Maria ALVES, University of Beira Interior

Gonzalo DÍAZ, University of Las Palmas de Gran Canaria

Clementina GALERA, University of Extremadura

Arminda Maria DO PAÇO, University of Beira Interior

Víctor VALERO, University of Extremadura

Mario J. MIRANDA, Ramkhamhaeng University Institute of International Studies

Emerson Wagner MAINARDES, FUCAPE Business School

Ivan GEORGIEV, Trakia University Stara Zagora

Walter W. WYMER, University of Lethbridge

Edy Lorena BURBANO, Universidad de San Buenaventura Cali

Mirna LEKO-ŠIMIČ, University of Osijek

Marlene DEMETRIOU, University of Nicosia

Miroslav FORET, Mendel University in Brno

Christophe ALAUX, University Aix Marseille

Rodoula TSIOTSOU, University of Macedonia

Erzsébet HETESI, University of Szeged

Maurice MURPHY, Cork Institute of Technology

Alberto PADULA, University of Rome "Tor Vergata"

Arvydas GUOGIS, Mykolas Romeris University

Celina SOLEK, Warsaw School of Economics

Ani MATEI, National School of Political Science and Public Administration

Sergey NAUMOV, Stolypin Volga Region Academy of Public Administration

Anna VANOVA, Matej Bel University

Irena OGRAJENŠEK, University of Ljubljana

Marlize TERBLANCHE-SMIT, Stellenbosch University

Ross GORDON, Open University Business School

Óscar Daniel LICANDRO, Catholic University of Uruguay

ORGANIZING COMMITTEE / COMITÉ ORGANIZADOR

CHAIR

Marta REY-GARCIA, University of A Coruña

Domingo CALVO-DOPICO, University of A Coruña

Valentín A. MARTÍNEZ, University of A Coruña

LOCAL SCIENTIFIC COMMITTEE

CHAIR

Marta REY-GARCIA, University of A Coruña

Domingo CALVO-DOPICO, University of A Coruña

Valentín A. MARTÍNEZ, University of A Coruña

Professors and researchers acting as Tutors and reviewers of accepted papers

ASSOCIATED PUBLICATIONS / PUBLICACIONES ASOCIADAS

International Review on Public and Nonprofit Marketing

<http://www.springer.com//marketing/journal/12208/>

ISSN: 1865-1992

SCOPUS Index

SNIP 2015: 0.410; SJR 2015: 0.216



The International Review on Public and Nonprofit Marketing is the official IAPNM publication since 2004. It publishes English-language articles and case reports in the field of public and nonprofit marketing and closely related disciplines. Relevant doctoral thesis reviews and book reviews are also welcome.

The main objective of the Review is to foster the study of marketing topics from an interdisciplinary perspective and provide a forum for researchers interested in examining these issues from practical and theoretical viewpoints. Establishing a common vocabulary with which to discuss methods, procedures, results and experiences will improve the exchange of ideas between participants of varied backgrounds. To be accessible to a diverse community of academics and professionals, the Review will only accept articles that display strict scientific rigor and excellent expository clarity. First-rate scientific quality is guaranteed by a large editorial board composed of internationally recognized experts from prestigious academic and research institutions. Papers submitted for publication are evaluated through a double blind refereeing process.

Responsibility and Sustainability. Socioeconomic, Political and Legal Issues

<http://www.grupomio.org/revista/>

ISSN: 2340-5813



Responsibility and Sustainability is published since 2013 by the Research Group on Marketing and Operative Research at the University of León (Spain), the Research Unit in Business Sciences at the University of Beira Interior (Portugal) and the Institute of Business Studies at the University of Szeged (Hungary), and it is supported by IAPNM. It publishes English written original articles, theoretical developments and case reports in the fields of responsibility and/or sustainability. Relevant research notes, PhD reviews and book reviews are also welcome.

The main objective of the publication is to foster the study of the above topics from a multidisciplinary perspective and provide a forum for researchers and practitioners interested in examining these issues from practical and theoretical viewpoints.

First-rate scientific quality is guaranteed by a qualified editorial board and a large scientific board composed of internationally recognized experts from prestigious academic and research institutions. Submitted contributions are evaluated through a double blind refereeing process.

Contemporary Research on Organization Management and Administration

<http://journal.avada.lt/>

ISSN: 2335-7959

DOAJ Index

ERIH PLUS Index



Contemporary Research on Organization Management and Administration is published since 2013 by the Academic Association of Management and Administration (Lithuania) and the School of Economics and Management in Public Administration in Bratislava (Slovak Republic). IAPNM performs as publishing partner for CROMA journal.

The objective of this journal is to encourage discussion on current challenges and experiences of contemporary organizations in private, public and non-governmental sectors between researchers and practitioners of various areas of organizations' performance from territorial as well as from international regions. Submissions prepared by teams of authors representing different sectors and combining both

interdisciplinary theoretical and evidence-based practical perspectives are most valued. The journal publishes English-written original research papers, experience and case analysis, PhD reviews and book reviews, which are evaluated through a double blind refereeing process.

Casos de Marketing Público y No Lucrativo / Casos de Marketing Público e Não Lucrativo



Los mejores casos presentados en el Congreso se publican en la revista Casos de Marketing Público y No Lucrativo que edita el Grupo de Investigación en Marketing e Investigación Operativa / Research Group on Marketing and Operative Research de la Universidad de León.

Volumen 1 (2014): ¿PODEMOS CONSTRUIR UN MUNDO MÁS RESPONSIBLE?

<http://www.grupomio.org/revista-casos/>

Volumen 2 (2015): MARKETING PARA PESSOAS: VAMOS MUDAR PARA DIGITAL

<http://www.grupomio.org/revista-casos-volumen-2/>