

aedemo



asociación española de estudios
de mercado, marketing y opinión

XVI PREMIO JUNIOR AEDEMO 2011



www.aedemo.es

GANADORES DE LOS PREMIOS JUNIOR

I Premio Junior 1996

Fernando Fernández Pablo

La configuración en la imagen de la marca Vino de Rioja: La construcción de su discurso publicitario 1965-1995

II Premio Junior 1997

Carlos Martín Amate, Manuel Rodríguez Estévez, Roberto Sainz, Antoni Tena Blázquez

La comunicación para situaciones de crisis

III Premio Junior 1998

M^a Dolores Martínez Cortizas

Política de comunicación para la colección Otoño-Invierno 98-99 de una empresa de moda en el mercado gallego: Caramelo, S.A.

IV Premio Junior 1999

David Servera Francés

La función logística: elemento básico en la articulación del canal de distribución

V Premio Junior 2000

Desierto

VI Premio Junior 2001

Victoria Labajo González

Aplicaciones de la entrevista en profundidad al 4º estudio del panorama de las relaciones industria-distribución en el mercado de bienes de consumo

VII Premio Junior 2002

Carmen Valor

Donaciones y Marketing con causa: influencia en la dirección de compra

VIII Premio Junior 2003

M^a Francisca Priego Gálvez

Tendencias en la distribución comercial en España y Europa

IX Premio Junior 2004

Olga Ampuero Canellas

Diseño gráfico del envase como reflejo de la estrategia de posicionamiento de una empresa

X Premio Junior 2005

Jorge Pelegrín Borondo

Grupos competitivos de Hoteles Urbanos y Elección de Alojamiento por el consumidor: Desarrollo de un modelo causal para La Rioja

XI Premio Junior 2006

Nurit Goren Karp

Comportamiento del Consumidor y Líderes de Opinión: Un estudio aplicado a las marcas deportivas

XII Premio Junior 2007

Manuela del Moral

Antecedentes y consecuentes de la imagen de un destino turístico: el caso de Granada

XIII Premio Junior 2008

Alberto Toledo Ros

In Game Advertising: aproximación al videojuego como medio publicitario

XIV Premio Junior 2009

Juan Antonio García Martín

Las marcas del distribuidor, ¿son la clave de la lealtad al establecimiento?

XV Premio Junior 2010

Mar Gómez Rico

Posicionamiento estratégico en destinos enoturísticos: una aplicación a cuatro denominaciones de origen españolas

B A S E S D E L P R E M I O

Aedemo convoca el XVI Premio Junior a los mejores trabajos presentados por estudiantes, según las siguientes bases:

1. Al premio podrá concursar cualquier alumno matriculado en universidades y otros centros de enseñanza que durante el año de la convocatoria realice cursos de 1º, 2º, 3º ciclo o postgrado.
2. El tema sobre el que versarán los trabajos es el marketing en cualquiera de sus aplicaciones.
3. Los trabajos serán inéditos y su extensión no deberá sobrepasar los treinta folios (incluidos gráficos) mecanografiados a doble espacio. Se enviará a la siguiente dirección de e-mail: **aedemo@aedemo.es**
4. La fecha límite de entrega es el **20 de enero de 2012**.
5. El premio puede quedar desierto.
6. El jurado estará compuesto por el vocal de desarrollo y publicaciones de AEDEMO, un catedrático de marketing, el director de marketing de una compañía y el director de un instituto de investigación.
7. El premio consistirá en la inscripción a uno de los seminarios que organiza AEDEMO y una dotación de 600 euros para gastos de estancia y desplazamientos, así como la publicación de un resumen del trabajo en la revista *Investigación y Marketing*. Los otros dos trabajos finalistas se publicarán en los números sucesivos de la revista si así lo aprueba el consejo de redacción.
8. El fallo del jurado se comunicará durante el mes de febrero del año 2012 y la entrega del premio se realizará en el transcurso de la Conferencia Anual de Socios que se celebrará durante el mes de marzo del mismo año.

A E D E M O

Asociación Española de Estudios de Mercado Marketing y Opinión es una asociación sin ánimo de lucro constituida en 1968 y cuyos objetivos fundamentales son:

- Promocionar el conocimiento sobre las técnicas relativas a los Estudios de Mercado, la Investigación Comercial, Social y de Marketing.
- Promover la correcta aplicación de las normas éticas que rigen en el sector.
- Fomentar las relaciones de trabajo e interprofesionales de sus miembros, así como las relaciones con otras entidades del sector.
- Arbitrar en situaciones de conflicto técnico entre empresas y proveedores de servicios profesionales de investigación de Mercados.

Para cumplir estos objetivos, la asociación organiza periódicamente Cursos de Investigación de Mercados, Seminarios (entre otros, el Seminario de Televisión, Seminario de Medios, Seminario AEDEMO-AEA, Seminario de Nuevas Tecnologías, Seminario de Políticas,...), Jornadas Técnicas (en colaboración con otras instituciones y asociaciones), Foros, Tertulias, Conferencia Anual de Socios, etc... AEDEMO edita trimestralmente la revista *Investigación y Marketing*, anualmente el *Directorio* AEDEMO y ha editado el libro *La Investigación en Marketing*. La asociación cuenta en la actualidad con más de 1.000 socios.



Entença, 332-334, 8º 5ª
08029 BARCELONA

Tel. 93 363 10 50 - Fax 93 363 10 56

E-mail: aedemo@aedemo.es

<http://www.aedemo.es>