

Volumen 2 (2015)

MARKETING PARA PESSOAS: VAMOS MUDAR PARA DIGITAL

Editora asociada (Número 2):

María Madalena Eça de Abreu (*Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Coimbra, Portugal*)

ÍNDICE

Responsabilidad social corporativa en la empresa Leroy Merlin Hernández, R., Hernández, D., López, E.	1-10
Renovarse o morir: nueva fórmula para el marketing de las ONGs Nuñez, E., Muñoz de Morales, M., Gómez, A.	11-19
Nuestro legado-Ecoembes y Ministerio del Medio Ambiente Cuesta, P., Cuenda, F.J., Florea, A.M., Moreno, A.J.	21-29
Crowdfunding: financiamento e visibilidade para causas não-lucrativas Do Paço, A., Pais, B., Afonso, D., Gameiro, F.	31-37
Sermis.org – a platform for doing good online Abreu, M., Trigo, A., David, S.	39-44
Leigos para o desenvolvimento: donations optimization through private segmentation Laureano, R.M.S., Da Silva, R.V., Pereira, J., Martins, S., Rodrigues, D.	45-56
Caminante digital como caso de aplicación del marketing digital en una entidad pública Nuñez, e., Carrillo, F.J., Rojas, P., Uceta, A.T. y Vadillo, V.	57-65
Digital marketing for the european region Tyrol – South Tyrol - Trentino Windbichler, R., Köll, S., Müller, G., Schädle, A., Trimborn, E., Wagner, S.	67-72
Diageo Iberia: ¿puede una empresa de producción y venta de bebidas alcohólicas ser socialmente responsable? Hernández, R., Hernández, D.A., Hernández, D.	73-83
Marketing social en internet: análisis de la campaña “El Blog de Thea” Galán, M.M., Vega, F.I.	85-93
El éxito del activismo social bajo la táctica de marketing viral: del #IceBucketChallenge al #Wakeupcall Cuesta, P., Santamaría, V., Sobrino, E.	95-103
La realidad aumentada como herramienta de innovación en marketing: “el catálogo de Ikea redecora tu casa” Cerdá, L.M., Casado, J., Casas, J., Jimeno, V., Monedero, A.J., San Isidro, C.	105-112
Marketing relacional nas instituições de ensino superior público: estudo de caso da ESTeSC Fortes, N., De Abreu, M.E., Marques, C.	113-122
Social marketing, web 2.0 and donation-based crowdfunding in Spain: "Microdonaciones" and "Hacesfalta" digital platforms as a case study Rey-García, M., Salido, N.	123-130

Oportunidades e desafios da internet para o turismo de Aveiro Barbosa, B., Duarte, A., Tavares, C., Cruz, C.	131-137
Unilever, una empresa socialmente responsable Valero, V., Pache, M., Barroso, M.J.	139-144
Airc Goes Digital Sołek-Borowska, C., Różycka, M., Szwoch, J.	145-152
Leigos para o Desenvolvimento: fundraising dynamics and development of donor's loyalty in a NGDO Santos, N., M.S. Laureano, R., Martins, S., Pereira, J.	153-161
Vitoria-Gasteiz, administración pública responsable Sánchez, M.I., Gallardo, D., Nevado, T., Maldonado, J.J.	163-173
ASPCA: a importância do digital e da accountability Carvalho, A., Ferreira, M.R., Texeira, F., Texeira, J., Vidal, M.	175-185
University marketing and social responsibility: the University of Alcalá de Henares Sánchez, M.I., Carrillo, J., Bastos, L., Fernández, A., García, A., Monge, S., Liñán, M.	187-193
Formación de equipos de trabajo para el desarrollo de un manual de promoción/ventas de una ONG: descripción de una experiencia docente Estrada, M., Monferrer, D.	195-206