

MARIOLA PALAZÓN VIDAL

Candidata a vicerrectora de Transferencia e Innovación

Es profesora titular en el Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Murcia y está acreditada como catedrática desde octubre de 2025. Su actividad investigadora se centra en el comportamiento del consumidor en entornos digitales, el marketing digital, la comunicación en redes sociales, el marketing de influencers y la comunicación de la sostenibilidad. Cuenta con tres sexenios de investigación reconocidos y 5 quinquenios docentes.

Sus trabajos se han publicado en revistas internacionales de prestigio como Electronic Commerce Research and Applications, Journal of Research in Interactive Marketing, Online Information Review, Journal of Consumer Behaviour, Journal of Product and Brand Management, European Journal of Marketing y Psychology and Marketing. Es coautora del libro Marketing en redes sociales y ha presentado sus investigaciones en congresos científicos internacionales de referencia. Su actividad investigadora ha sido reconocida con diversos premios en congresos científicos.

Ha participado de forma continuada en proyectos de investigación obtenidos en convocatorias competitivas de ámbito nacional centrados en el estudio del consumidor online, así como en contratos de transferencia con empresas, contribuyendo al fortalecimiento de la relación entre universidad, empresa y sociedad.



En el ámbito académico, ha formado parte de comités científicos de congresos nacionales e internacionales y colabora habitualmente como revisora en diversas revistas científicas de impacto. Actualmente es editora asociada de la Spanish Journal of Marketing - ESIC.

Su trayectoria en gestión universitaria se ha centrado en la innovación en la formación en marketing, el fortalecimiento de la relación entre universidad y entorno profesional, y la transferencia del conocimiento. Ha desempeñado responsabilidades académicas como la dirección del Grado en Marketing, la implantación y dirección del Máster en Marketing Digital y Analítica de la Universidad de Murcia, así como funciones de representación en la Junta Directiva de la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK). También ha sido miembro de la Comisión de Evaluación de ANECA en el área de Ciencias Empresariales dentro del programa Academia. Durante los últimos cuatro años ha coordinado la Red de Cátedras de la Universidad de Murcia dentro del Vicerrectorado de Transferencia.

<https://portalinvestigacion.um.es/investigadores/332017/detalle>