

**TRABAJOS FIN DE GRADO.
 OFERTA TEMAS Y TUTORES. Curso 2021-2022**

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS		
TUTOR	TEMA	Nº Orientativo de Alumnos
Abad González, Julio	-Métodos estadísticos aplicados a la investigación de mercados	2
Álvarez Esteban, Ramón	-Técnicas estadísticas multivariantes aplicadas al estudio del mercado	1
Cabeza García, Laura (*1 TFG codirigido con Jiménez Parra, Beatriz)	-Gobierno corporativo y/o Responsabilidad Social Corporativa -Estrategia corporativa: direcciones y métodos -Estrategia a nivel competitivo (costes, diferenciación, estrategias en industrias con base tecnológica, innovación....)	2 (*)
Calderita Estévez, Luis Vicente	-Técnicas de almacenamiento y gestión de la información orientadas a la empresa	1
Cervantes Blanco, Miguel	-Identidad e imagen de marca -Marketing de empresas on-line	2
Díaz Martínez, Mario	-Lenguaje y comunicación de marca en inglés y en español -Cross cultural communication in Marketing -Desarrollo de glosarios bilingües español-inglés de términos de Marketing	1
Fuentes Fernández, Rosana	-Responsabilidad Social Corporativa -Marketing sostenible y social en el ámbito agroalimentario -Marketing digital y comunicación ambiental y social	3
González Fernández, Ana M ^a	-Estilos de vida y/o comercio móvil -Marketing turístico	2
Hidalgo Alcázar, Carmen	-Marketing digital -Comportamiento del consumidor -Tics aplicadas al turismo	3

**TRABAJOS FIN DE GRADO.
 OFERTA TEMAS Y TUTORES. Curso 2021-2022**

Hidalgo González, Cristina	-Análisis Económico del Sector Agrario -Economía Sectorial	1
Huerga Castro, Carmen	-Diseños muestrales en Investigación de Mercados	1
Jiménez Parra, Beatriz y Fernández González, Álvaro	-Habilidades Directivas	1
Lanero Carrizo, Ana	-Consumo sostenible -Psicosociología del consumo -Investigación experimental en marketing	2
López González, Enrique y Mendaña Cuervo, Cristina	-Inteligencia de Negocios (Data Science y Big Data) y Aprendizaje Profundo (TensorFlow, GANs, KnowledgeGraphs, ...) para Empresas de Marketing*	2
Muñiz Martínez, Norberto	-Co-creación de valor en el emergente enfoque integral de Marketing “ServicedominantLogic” -Marketing de ciudades, regiones o países, y marcas territoriales-place branding	2
Rodríguez Santos, Carmen	-Comportamiento del consumidor Cross-cultural -B2C Communication -Marketing de la moda	2
Sahelices Pinto, César	-Comportamiento del consumidor online/offline y el proceso de decisión de compra -Análisis perceptual del consumidor de marcas, productos, y/o servicios* -Técnicas para la investigación comercial (entrevistas, dinámicas, encuestas, experimentos..)	3
Sulé Alonso, Arancha	-Marketing digital -Marketing agroalimentario	2
Vázquez Burguete, José Luis	-La responsabilidad como estrategia comercial -Comportamiento del consumidor socialmente responsable	2