|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS** | | |
| **TUTOR** | **TEMA** | **Nº Orientativo de Alumnos** |
| Abad González, Julio | -Métodos estadísticos aplicados a la investigación de mercados | 1 |
| Acedo Carmona, Cristina F. | -Ética en el marketing  -Relaciones sociales y de confianza con los consumidores  -Efecto de la diversidad cultural en las actividades de marketing  -Comportamiento organizacional: relaciones sociales y estructuras organizativas  -RSC, innovación y confianza empresarial en los mercados | 1 |
| 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 Mª | -Estilos de vida y/o comercio móvil  -Marketing turístico | 2 |
| 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  -Psicología del consumidor  -Riesgos psicosociales 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 |