|  |
| --- |
| **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 |