



Biblioteca Universitaria
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Trabajos Fin de Grado Marketing e Investigación de Mercados

Pinchar en cada firma para ver el registro en el catálogo. Desde la pestaña “Enlace” del registro se puede acceder al texto completo si está disponible en B.U.L.E.R.I.A. (Biblioteca Universitaria de León. Repositorio Institucional Abierto)

Diciembre 2020

Signatura	Título y autor	Tutor
TFGMIM 222	Co-creación de valor multi-actor en el ecosistema de la moda y el arte de la ciudad de Florencia bajo service dominant logic = Multi-actor value co-creation in Florence–fashion and art ecosystem under service dominant logic / realizado por la alumna Claudia García Cascón	Muñiz Martínez, Norberto
TFGMIM 223	La moda sostenible y el fast fashion, análisis de las diferentes alternativas del consumo de la moda = Sustainable fashion and fast fashion, analysis of the different alternatives of fashion consumption / realizado por la alumna Marina Jiménez Martín	Vázquez Burguete, José Luis
TFGMIM 224	La publicidad de shock, un análisis práctico sobre su eficacia en tres marcas comerciales = Shock advertising, a practical analysis of its effectiveness in three trademarks / realizado por la alumna Lucía Álvarez Domínguez	Sahelices Pinto, César
TFGMIM 225	Percepción de la influencia del neuromarketing y sus estrategias en el sector de la moda. Estudio en estudiantes universitarios = Perception of the influence of neuromarketing and its strategies in fashion. A study of university students / realizado por la alumna Lucía Parcerio Leites	Cervantes Blanco, Miguel
TFGMIM 226	Creación y desarrollo de un comercio electrónico. Wallyboo Shop= Creation and development of an e-commerce. Wallyboo Shop / realizado por la alumna María Flórez Muñoz	González Fernández, Ana María
TFGMIM 227	Estudio de los hábitos alimenticios en España. Efectos de la COVID 19 = Study of eating habits in Spain. The effects of COVID 19 / realizado por el alumno Víctor Iván Torya Hervias	Sulé Alonso, María Aránzazu
TFGMIM 228	El turismo sostenible y su promoción a través del influencer marketing = Sustainable tourism and its promotion through influencer marketing / realizado por la alumna Cristina María Rubio García	Vázquez Burguete, José Luis

Febrero 2021

Signatura	Título y autor	Tutor
TFGMIM 229	La economía colaborativa en tiempos de pandemia = The collaborative economy in times of pandemic / realizado por la alumna Cristina González Fernández	Sahelices Pinto, César
TFGMIM 230	Influencia de la música como industria cultural en el marketing territorial -place branding- = Music influence as cultural industry inside place branding / realizado por la alumna Laura Victorero Fernández	Muñiz Martínez, Norberto
TFGMIM 231	Marketing y branding en el heavy metal, el éxito de una comunidad única = Marketing and branding in heavy metal, the success of a single community / realizado por el alumno Pablo González Iglesias	Mendaña Cuervo, María Cristina
TFGMIM 232	Estudio del comportamiento del consumidor de moda antes y después del confinamiento de marzo de 2020= Study of fashion consumer before and after march 2020 confinement / realizado por la alumna Eva Abad Corullón	Lanero Carrizo, Ana
TFGMIM 233	Estudio empírico sobre la percepción del consumidor ante variaciones eco-friendly en el packaging de bebidas = An empirical study on consumer perception on eco-friendly variations in beverage packaging / realizado por el alumno Mario González Alonso	Abad González, Julio Ignacio
TFGMIM 234	La percepción del consumidor con respecto a las marcas de moda de lujo responsable = Consumer perception of responsible luxury fashion brands / realizado por el alumno Lidia González Cuesta	Lanero Carrizo, Ana
TFGMIM 235	Ventaja sostenible. Cómo construir marketing de diferenciación desde el bienestar social = Sustainable advantage. How to build differentiation marketing from social welfare / realizado por la alumna Cintia Rodríguez Hernando	Fuentes Fernández, Rosana ; Vázquez Burguete, José Luis
TFGMIM 236	Ánalisis del greenwashing y las nuevas corrientes del engaño publicitario = Analysis of greenwashing and the new trends in hoax advertising / realizado por la alumna Andrea Zapico Fernández	Fuentes Fernández, Rosana ; Vázquez Burguete, José Luis
TFGMIM 237	La evolución de la cosmética ecológica. Estudio de la empresa Secretos del Agua = The evolution of sustainable cosmetics. Analysis of the firm Secretos del Agua / realizado por el alumno Javier Fernández Pantaleón	Fuentes Fernández, Rosana ; Vázquez Burguete, José Luis

Julio 2021

Signatura	Título y autor	Tutor
TFGMIM 238	Evolución cosmética ecológica = Organic cosmetic evolution / realizado por Mencía Fernández Sánchez	Hidalgo González, Cristina
TFGMIM 239	¿Cómo ha afectado la pandemia del COVID-19 al sector turístico?. Expectativas para su recuperación = How has the COVID-19 pandemic affected the tourism sector?. Expectations for recovery / realizado por Lidia García Sierra	Sulé Alonso, María Aránzazu
TFGMIM 240	Estudio de la subjetividad humana, desarrollo de la reproductividad social y concienciación colectiva. Proyecto de visión general= Study of human subjectivity, development of social reproductivity and collective awareness. Project overview / realizado por Georgi Krasimirov Georgiev	Lanero Carrizo, Ana ; Blanco Alonso, Pilar
TFGMIM 241	Crecimiento exponencial del mercado ciclista español = Exponential growth of the Spanish cycling market / realizado por Luis Fernández Torres	Sulé Alonso, María Aránzazu
TFGMIM 242	Ánalisis de sentimiento de la Mercedes-Benz Fashion Week Madrid = Sentiment analysis of Mercedes-Benz Fashion Week Madrid / realizado por Mireia Fernández Suárez	López González, Enrique ; Mendaña Cuervo, Cristina

<u>TFGMIM 243</u>	Country branding. Un análisis comparativo de la marca España y de la marca Italia = Country branding. A comparative analysis of the Spain brand and the Italy brand / realizado por Raúl Ruiz Marañá	Sahelices Pinto, César
<u>TFGMIM 244</u>	El greenwashing y la capacidad del consumidor para identificarlo. Estudio del vino DaVida = Greenwashing and the consumer's ability to identify it. The wine DaVida / realizado por Amanda Alcalde Alonso	Fuentes Fernández, Rosana ; Vázquez Burguete, José Luis
<u>TFGMIM 245</u>	Marketing experiencial como herramienta para promocionar el turismo sostenible = Experiential marketing as a key to promote sustainable tourism / realizado por Irene Antón Álvarez	Vázquez Burguete, José Luis
<u>TFGMIM 246</u>	Populismo, marketing político y estrategias de comunicación = Populism, political marketing and communication strategies / realizado por Esther Luna Sernández	Abad González, Julio
<u>TFGMIM 247</u>	Estrategia competitiva en Lidl y Danone. La comunicación interna como fuente de ventaja = Competitive strategy in Lidl and Danone. Internal communication as a source of competitive advantage / realizado por María Cristina Montes Garrido	Cabeza García, Laura
<u>TFGMIM 248</u>	Marketing consciente desde la perspectiva de consumidor-empresa y la publicidad con implicaciones socioambientales = Mindful marketing from the perspective of the consumer-company and advertising with socio-environmental implications / realizado por Paula Naveira Rocamonde	Fuentes Fernández, Rosana ; Vázquez Burguete, José Luis
<u>TFGMIM 249</u>	Análisis del comportamiento del consumidor socialmente responsable a través de la aplicación Yuka = Analysis of socially responsible consumer behavior through the Yuka application / realizado por Paula Ruano Nicolás	Fuentes Fernández, Rosana ; Vázquez Burguete, José Luis
<u>TFGMIM 250</u>	El turismo sostenible y las plataformas de economía colaborativa = Sustainable tourism and sharing economy platforms / realizado por Paula Santos González	Fuentes Fernández, Rosana ; Vázquez Burguete, José Luis
<u>TFGMIM 251</u>	Experiencia de marca en la industria cosmética, un potencial a descubrir = Brand experience in the cosmetic industry, a potential to be discovered / realizado por Lucía Trueba Montero	Rodríguez Santos, Carmen
<u>TFGMIM 252</u>	Los procesos de selección de las empresas como parte de la RSC de las mismas = The processes of selection of the companies as part of their CSR / realizado por Ignacio Vaquero Carnero	Vázquez Burguete, José Luis
<u>TFGMIM 253</u>	La transformación digital y los factores influyentes en la compra de infoproductos. Estudio comparativo con una muestra de consumidores = Digital transformation and influential factors in the purchase of infoproducts. Comparative study with a sample of consumers / realizado por María Bandera Robles	Sahelices Pinto, César
<u>TFGMIM 254</u>	Comparación de dos campañas de marketing con causa, Ausonia y Solán de Cabras. ¿Compromiso social o estrategia comercial? = Comparison of two marketing campaigns with cause, Ausonia and Solán de Cabras. Real social commitment or commercial strategy / realizado por Lidia Camarero Escolar	Lanero Carrizo, Ana
<u>TFGMIM 255</u>	El rol de las influencers en las mujeres embarazadas para la compra de nuevos productos tecnológicos = Influencer's role on pregnant women in the purchase of new technology products / realizado por Eva Collazo García	Cervantes Blanco, Miguel
<u>TFGMIM 256</u>	La influencia de la transformación digital en el roadmap de los aficionados del fútbol y sus implicaciones en el marketing de clubes. Los casos prácticos de la Real Sociedad SAD y el Athletic Club de Bilbao = The influence of digital transformation on the roadmap of football fans and its implications for club marketing. The case studies of Real Sociedad SAD and Athletic Club de Bilbao / realizado por Alejandro Frades Morán	Cervantes Blanco, Miguel
<u>TFGMIM 257</u>	Principales acciones de marketing en los clubes españoles de esports, Team Heretics, Movistar Riders y Team Queso = Main marketing actions in Spanish esports clubs, Team Heretics, Movistar Riders and Team Queso / realizado por Pablo Gutiérrez Rozas	Cervantes Blanco, Miguel
<u>TFGMIM 258</u>	Las nuevas tecnologías en los procesos de contratación y selección de personal = The new technologies in staff recruitment and selection processes / realizado por Pablo Méndez Panadero	Rabanal, Nuria G.
<u>TFGMIM 260</u>	La percepción del etiquetado ecológico , un estudio empírico aplicado al vino ecológico frente al vino convencional = The perception of organic labeling, an empirical study applied to organic wine versus conventional wine / realizado por Elena Santos Trigueros	Lanero Carrizo, Ana
<u>TFGMIM 261</u>	¿Cómo afecta el marketing político a los votantes?. Análisis de campañas = How does political marketing affect voters?. Campaign analysis / realizado por Noelia Villamarzo Castro	Hidalgo Alcázar, María del Carmen
<u>TFGMIM 262</u>	Impacto del COVID-19 en el entramado empresarial español = Impact of COVID-19 on the Spanish business environment / realizado por Jorge Solana Rodríguez	Jiménez Parra, Beatriz ; Fernández González, Álvaro

<u>TFGMIM 263</u>	Las estrategias competitivas de PlayStation y Xbox. El papel que desempeña el marketing en el sector de los videojuegos = PlayStation and Xbox competitive strategies. The role marketing plays in the video game industry / realizado por Eduardo Burgaleta González	Jiménez Parra, Beatriz ; Cabeza García, Laura
<u>TFGTUR 047</u>	El insostenible turista anglosajón como uno de los principales reclamos turísticos de Benidorm. Análisis y plan de mejora = The unsustainable anglo-saxon tourist as one of Benidorm's main tourist claims. Analysis and improvement plan / realizado por Marina de Paz Martínez	Díez Vizcaíno, Francisco José; Cortizo Álvarez, José

Septiembre 2021

Signatura	Título y autor	Tutor
<u>TFGMIM 264</u>	Imagen de marca da LaLiga Santander y sus clubes en España y el mundo. ¿Cuáles son los clubes más apreciados? = LaLiga Santander and its club's brand image in Spain and the world. Which are the most appreciated clubs? / realizado por Jorge Barrio Hoyos	Sahelices Pinto, César
<u>TFGMIM 265</u>	Las plataformas de compraventa de moda online. Un estudio comparativo con una muestra de usuarios = Online fashion trading platforms. A comparative study with a sample of users / realizado por Elena Cernuda Álvarez	Sahelices Pinto, César
<u>TFGMIM 266</u>	Plan de negocios de una empresa de sneakers = Business plan of a sneaker's company / realizado por Claudio José Diéguez Martínez	Morala Gómez, Belén
<u>TFGMIM 267</u>	Marketing de influencers y las redes sociales = Influencer marketing and social media / realizado por Inés Narciandi Cerqueira	Sahelices Pinto, César
<u>TFGMIM 268</u>	La gamificación digital como estrategia de marketing para la estimulación de la motivación y la generación de engagement = Digital gamification as a marketing strategy for the stimulation of motivation and the generation of engagement / realizado por Roger Pedro Linhares	Blanco Alonso, Pilar
<u>TFGMIM 270</u>	Cursos online para pacientes con enfermedades crónicas. Plan de marketing y propuestas de acciones = Online courses for patients with chronic diseases. marketing plan and proposals for actions / realizado por Bautista Cancelo Gnavi	Cervantes Blanco, Miguel
<u>TFGMIM 271</u>	Importancia del liderazgo y su aportación al valor económico de la empresa = Importance of leadership and its contribution to the economic value of the company / realizado por Aranzazu Nieves Cascallana Fernández	Jiménez Parra, Beatriz ; Fernández González, Álvaro
<u>TFGMIM 272</u>	Ánalisis de la moda sostenible y promoción a través del marketing de influencers = Sustainable fashion analysis and promotion through influencers marketing / realizado por Sandra Mateos González	Fuentes Fernández, Rosana ; Vázquez Burguete, José Luis
<u>TFGMIM 273</u>	Las redes sociales como estrategia de marketing digital para pequeñas y medianas empresas = Social media as a digital marketing strategy for small and medium-sized companies / realizado por Óscar Quiñones Iglesias	Sulé Alonso, María Aránzazu
<u>TFGMIM 274</u>	La transformación de la ciudad de Medellín (Colombia). Regeneración social y urbana a través de la cultura. Un análisis de marca-ciudad des de Service Dominant Logic = The transformation of the city of Medellín (Colombia). Social and urban regeneration through culture. An analysis city branding from Service Dominant Logic / realizado por Marta Catalina García Bravo	Muñiz Martínez, Norberto
<u>TFGMIM 275</u>	La influencia de las redes sociales en la industria de la moda = The influence of social media on the fashion industry / realizado por Lorena García Alcoba	Muñiz Martínez, Norberto
<u>TFGMIM 276</u>	La importancia de la responsabilidad social corporativa en el fútbol español = The importance of social responsibility in Spanish football / realizado por Diego Tejerina Fernández	Vázquez Burguete, José Luis