



Biblioteca Universitaria  
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

## Trabajos Fin de Grado Marketing e Investigación de Mercados Junio y septiembre 2023

Pinchar en cada signatura 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)

### Convocatoria de julio

Signatura	Título y autor	Tutor
<a href="#">TFGMIM 318</a>	El concepto de responsabilidad social corporativa aplicado a la industrial textil. Fast fashion y slow fashion = The concept of corporate social responsibility applied to the apparel industry. fast fashion and slow fashion / realizado por el alumno Miguel Bermejo Romo	Vázquez Burguete, J. L.
<a href="#">TFGMIM 319</a>	Impacto económico de los grandes eventos deportivos. El caso del Mundial de Catar = Economic impact of major sporting events. The case of the World Cup in Qatar / realizado por el alumno Guillermo Barredo López	Gutiérrez López, Cristina ; González Socorro, Pablo
<a href="#">TFGMIM 320</a>	La influencia de las redes sociales sobre la generación Z en la compra de productos sostenibles. El caso concreto de TikTok e Instagram = The influence of social media on gen X in the purchase of sustainable products. The specific case of TikTok and Instagram / realizado por la alumna Paula Chiaffitella Pernas	Sahelices Pinto, César
<a href="#">TFGMIM 321</a>	La fusión del arte y la publicidad. Cómo la creatividad influye en la efectividad de las campañas publicitarias = The fusion of art and advertising. How creativity influences the effectiveness of advertising campaigns / realizado por la alumna Marina García Seijas	Cervantes Blanco, Miguel
<a href="#">TFGMIM 322</a>	Las estrategias y fuentes de ventaja competitiva de Rituals e Yves Rocher = The strategies and sources of competitive advantage of Rituals and Yves Rocher / realizado por la alumna Laura González Montero	Cabeza García, Laura
<a href="#">TFGMIM 323</a>	Streetwear, ¿una moda pasajera o un estilo de vida?. Un análisis de su percepción y vinculación con la generación Z = Streetwear, a passing fad or a lifestyle. An analysis of their perception and link with generation Z / realizado por la alumna Alba Pérez López	Rodríguez Santos, Carmen
<a href="#">TFGMIM 324</a>	El poder del neuromarketing. Optimizando la efectividad de los anuncios en Instagram = The power of neuromarketing. Optimizing the effectiveness of Instagram ads / realizado por el alumno Jaime González Ramos	Díaz Martínez, Mario

<a href="#">TFGMIM 325</a>	Análisis del marketing sensorial y experiencial como la principal ventaja competitiva en marcas de cosmética natural. El caso de Lush Cosmetics = Analysis of sensory and experiential marketing as the main competitive advantage in natural cosmetics brands. The case of Lush Cosmetics / realizado por la alumna Carlota Plaza Arce	Fuentes Fernández, Rosana
<a href="#">TFGMIM 326</a>	El packaging como influyente de compra en los consumidores jóvenes, enfocado al sector de la alimentación y su aplicación en la industria de tabletas de chocolate = Packaging as a factor of buying in young consumers, targeted at the food industry and its application in the chocolate bar industry / realizado por la alumna Sara Riesco Zarracina	Cervantes Blanco, Miguel
<a href="#">TFGMIM 327</a>	Análisis de sentimiento sobre la Copa Plenitude Asobal 2023 a través de Twitter = Sentiment analysis on the Copa Plenitude Asobal 2023 through Twitter / realizado por el alumno Carlos Robles García	López González, Enrique, 1960- director de tesis; Mendaña Cuervo, Cristina
<a href="#">TFGMIM 328</a>	Ganadería Hermanos Escobar Andrés = Livestock Bothers Escobar Andrés / realizado por el alumno Pablo Escobar de la Hoz	Delgado Márquez, Elvira
<a href="#">TFGMIM 329</a>	Generación Z en la pantalla. Explorando el impacto del product placement en series de plataformas audiovisuales con neuromarketing e inteligencia artificial = Generation Z on the screen. Exploring the impact of product placement in audiovisual platform series with neuromarketing and artificial intelligence / realizado por la alumna Natalia Blanco González	González Fernández, Ana María ; Costa Feito, Aroa
<a href="#">TFGMIM 330</a>	La sobresaturación de información sobre sostenibilidad en los productos de alimentación = The oversaturation of information on sustainability in food products / realizado por la alumna Iria Vega Villasante	Vázquez Burguete, J. L.
<a href="#">TFGMIM 331</a>	Conocimiento y percepción del etiquetado de comercio justo. Un estudio experimental de neuromarketing = Knowledge and perception of fairtrade labelling. A neuromarketing experimental study / realizado por el alumno José María Vázquez García	Sahelices Pinto, César
<a href="#">TFGMIM 332</a>	El marketing sostenible y los ODS. Realidad y percepción = Sustainable marketing and the SDGs. reality and perception / realizado por la alumna Victoria Tascón Díez	Vázquez Burguete, J. L.
<a href="#">TFGMIM 333</a>	Análisis de la economía circular en el sector agroalimentario en España y el "ugly food" = Analysis of the circular economy in the agrifood sector in Spain and the "ugly food" / realizado por el alumno Raúl Martínez Martínez de Compañón	Vázquez Burguete, J. L.
<a href="#">TFGMIM 334</a>	Estudio de la sostenibilidad de las marcas de lujo aplicadas analizando su campaña de marketing = Study of sustainability in applied luxury brands by analysing their marketing campaigns / realizado por el alumno Diego Martínez García	Vázquez Burguete, J. L.
<a href="#">TFGMIM 335</a>	Estilo de vida y bienestar de la generación Z en estudiantes universitarios españoles y estadounidenses = Lifestyle and well-being of generation Z in Spanish and US American college student / realizado por la alumna Marta Fernández de la Hera	González Fernández, Ana María

## Convocatoria de septiembre

Signatura	Título y autor	Tutor
<a href="#">TFGMIM 336</a>	Procesos de co-creación de valor en la perspectiva del service dominant logic aplicados a la industria del videojuego = Value co-creation processes in the service dominant logic perspective applied to the videogame industry / realizado por el alumno Alberto Sánchez Castañón	Muñiz Martínez, Norberto
<a href="#">TFGMIM 337</a>	Procesos de cocreación e imagen de marca en la industria automotriz. El caso de los clústeres de Alemania e Italia = Co-creation processes and brand image in the automotve industry. The case of clusters in Germany and Italy / realizado por el alumno Alejandro Sánchez Esteban	Muñiz Martínez, Norberto
<a href="#">TFGMIM 338</a>	El nuevo perfil del influencer de éxito para la generación Z = The new profile of the successful influencer for generation Z / realizado por la alumna Paula Miguel Rubio	
<a href="#">TFGMIM 339</a>	La evolución de los negocios sostenibles en la comarca del Bierzo. Estudio de la empresa Fabrik = The evolution of sustainable businesses in the Bierzo region. A study of Fabrik company / realizado por la alumna Marta Pereda Búrdalo	Vázquez Burguete, José Luis

<a href="#">TFGMIM 340</a>	Análisis del customer journey de las generaciones X, Y, Z = Analysis of the customer journey of generations X, Y, Z / realizado por la alumna Iria Quintela Piñeiro	Santos Granda, Sara ; Rodríguez Santos, Carmen
<a href="#">TFGMIM 341</a>	Eastructura y funcionalidades de Douyin y perfil de usuario de la comunidad china en la aplicación = Douyin structure and features and user profile of the Chinese community in the App / realizado por el alumno Santiago Martínez de la Concha	Cervantes Blanco, Miguel
<a href="#">TFGMIM 342</a>	Conquistando cumbres. Estudio sobre el montañismo, las actividades al aire libre y los clubes de montaña. Análisis textual de clubes de montaña de Castilla y León = Conquering summits. A study on mountaineering, outdoor activities and mountain clubs. Textual analysis of mountain clubs in Castilla y León / realizado por la alumna Isabel Fernández Reguera	Sahelices Pinto, César
<a href="#">TFGMIM 343</a>	El Camino de Santiago como marca territorial multinivel y multiactor. Proceso de cocreación cultural y de turismo de peregrinaje desde una perspectiva de service dominant logic = The Way of Saint James as a multilevel and multi-actor territorial brand. Cultural and pilgrimage tourism co-creation process from a service dominant logic perspective / realizado por el alumno Abraham Hermida Ogando	Muñiz Martínez, Norberto
<a href="#">TFGMIM 344</a>	Investigación de mercados sobre la estrategia de marketing en marca personal. La cantante e influencer Rosalía = Market research on personal brand marketing strategy. The singer and influencer Rosalía / realizado por la alumna Ainhoa Carvalho Madureira	Cervantes Blanco, Miguel
<a href="#">TFGMIM 345</a>	Análisis del proceso de la experiencia del cliente en la industria de la aviación y las aerolíneas = Analysis of the customer experience process in the aviation industry and airlines / realizado por la alumna Sandra Vázquez Antón	Lanero Carrizo, Ana
<a href="#">TFGMIM 346</a>	Instagram como fuente de insights. Perfil del turista rural en España = Instagram as a source of insights. Profile of the rural tourist in Spain / realizado por la alumna Andrea Alonso Cubría	González Fernández, Ana María ; Blanco Moreno, Sofía