



Biblioteca Universitaria  
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

## Trabajos Fin de Grado Marketing e Investigación de Mercados Julio 2024

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)

Signatura	Título y autor	Tutor
<a href="#">TFGMIM 356</a>	El cine dentro y fuera del marketing. Estudio empírico = Cinema inside and outside marketing. Empirical study / realizado por la alumna Andrea Puente Sota	Lanero Carrizo, Ana
<a href="#">TFGMIM 357</a>	¿Pueden las marcas emocionar con sus posts? Un análisis del sector cosmético = Can brands emote with their post? An analysis of the cosmetic industry / realizado por la alumna Sara López Cases	Rodríguez Santos, Carmen
<a href="#">TFGMIM 358</a>	Personalización del marketing sensorial en tiendas físicas mediante inteligencia artificial. Estudio empírico sobre su impacto en el proceso de decisión de compra = Personalization of sensory marketing in physical stores using artificial intelligence. An empirical study on its impact on the purchase decision process / realizado por el alumno Mario Fuertes Cabello	Sahelices Pinto, César
<a href="#">TFGMIM 359</a>	Etiquetado de alimentos y sus prácticas. Conocimiento y percepción de los usuarios = Food labeling and its practices. Users' knowledge and perceptions / realizado por la alumna María barrio Sánchez	Vázquez Burguete, J. L.
<a href="#">TFGMIM 360</a>	Cómo mejorar la comunicación de las empresas de turismo de aventura desde el neuromarketing = How to improve the communication of aventura tourism companies from a neuromarketing perspective / realizado por la alumna Lucía Jardón Piquero	Costa Feito, Aroa; González Fernández, Ana María
<a href="#">TFGMIM 361</a>	Engagement en el marketing de influencers en turismo en Instagram = Engagement in the marketing of influencers in tourism on Instagram / realizado por la alumna Lucía López Rodríguez	Ana María González Fernández
<a href="#">TFGMIM 362</a>	Vestir la diversidad. El impacto de la moda inclusiva en la sociedad = Dressing diversity. The impact of inclusive fashion on society / realizado por el alumno Guillermo Gómez Otero	
<a href="#">TFGMIM 363</a>	Aplicaciones de machine learning en la investigación de la experiencia de cliente en la estrategia de marketing = Applications of machine learning in customer experience research in marketing strategy / realizado por el alumno Carlos Fernández Robles	Cervantes Blanco, Miguel

<a href="#">TFGMIM 364</a>	El consumer engagement en el sector de la moda = Consumer engegement in the fashion sector / realizado por la alumna Lucía Gómez Rubín	Rodríguez Santos, Carmen
<a href="#">TFGMIM 365</a>	Merchandising en el comercio de proximidad del sector de la moda en León = Merchandising in local commerce in the fashion sector in León / realizado por la alumna Irene Fraile Villacorta	Lanero Carrizo, Ana
<a href="#">TFGMIM 366</a>	Análisis de posts en Instagram de marcas de moda de lujo = Analysis of Instagram posts of luxury fashion brands / realizado por la alumna Lucía Martínez Rodríguez	Rodríguez Santos, Carmen
<a href="#">TFGMIM 367</a>	La preferencia de los consumidores hacia los alimentos sostenibles y su aplicación en el marketing agroalimentario = Consumer preference towards sustainable foods and its applicacion in agri-food marketing / realizado por la alumna Sonia Mateos González	Sulé Alonso, María Aránzazu
<a href="#">TFGMIM 368</a>	Percepción y marketing de la responsabilidad social y medioambiental de la Fórmula 1 = Perception and marketing of Formula One's social and environmental responsibility / realizado por la alumna Wendy del Palacio Antuña	Vázquez Burguete, J. L.
<a href="#">TFGMIM 369</a>	¿Las Nuevas formas de promoción de las cadenas de comida rápida atraen a los jóvenes? Un análisis en profundidad sobre las promociones de venta y publicidad que realizan las cadenas de comida rápida = Are new forms of fast-food chain promotions appealing to young people? An in-depth analysis of sales promotions and advertising by fast food chains / realizado por el alumno Luis Martínez Fernández	Cervantes Blanco, Miguel
<a href="#">TFGMIM 370</a>	¿De qué depende la confianza en las empresas de la comunicación? = What trust in the media depends on? / realizado por la alumna Cristina Sanzo Díaz	Fernández Gago, Roberto
<a href="#">TFGMIM 371</a>	Marketing digital, una revisión sobre estrategias, aplicaciones y medidas de efectividad actuales = Digital marketing, a review of current strategies, implementations and effectiveness metrics / realizado por el alumno Roi Carlos Río Cambón	Díaz Martínez, Mario