



Biblioteca Universitaria
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Trabajos Fin de Grado Marketing e Investigación de Mercados Julio 2025

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
TFGMIM 391	De la teoría a la práctica. Evolución de la IA y de su importancia en el marketing y el posterior desarrollo de un asistente virtual orientado a pequeñas y medianas empresasFrom theory to practice. The evolution of AI and its Importance in marketing and the subsequent development of a virtual assistant oriented to small and medium-sized enterprises = / realizado por el alumno Lám Furones Gabaldón	Cervantes Blanco, Miguel
TFGMIM 392	El marketing deportivo, su utilización por parte de las casas de apuestas y el impacto en la salud mental = Sports marketing, its use by bookmakers and the impact on mental health / realizado por el alumno Francisco Miguel González Alcoba	Lanero Carrizo, Ana
TFGMIM 393	"Dark patterns". ¿táctica de marketing o abuso al consumidor? = Dark patterns: marketing tactic or consumer abuse? / realizado por la alumna Nur Postigo Puertas	Cervantes Blanco, Miguel ; Torres Reynoso, Oliver
TFGMIM 394	Del consumo masivo al consumo responsable. Análisis del comportamiento del consumidor responsable y su impacto en la estrategia empresarial = From mass consumption to responsible consumption. Analysis of responsible consumer behavior and its impact on business strategy / realizado por el alumno Daniel Calvo Castaño	Vázquez Burguete, J. L.
TFGMIM 395	Evolución y percepción de las campañas del Ministerio de Sanidad en jóvenes. Un enfoque desde la comunicación y el marketing público = Evolution and perception of the ministry of health's campaigns among young people. An approach from communication and public marketing / realizado por el alumno Mario Fernández González	Sahelices Pinto, César
TFGMIM 396	Emociones que venden. Análisis de las técnicas de publicidad emocional = Emotions that sell. An analysis of emotional advertising techniques / realizado por la alumna Clara Amilivia Díaz	Blanco Moreno, Sofía
TFGMIM 397	De Paris al “upside down”. Análisis de las estrategias de engagement de Netflix a través del contenido generado por usuarios en redes sociales. = From Paris to the upside down: analysis of Netflix's Engagement strategies through user-generated content on social media / realizado por la alumna Marta González Montero	González Fernández, Ana M. ; Blanco Moreno, Sofía

TFGMIM 398	Marketing de influencia en la moda de lujo. Impacto psicológico y financiero en los consumidores = Influencer marketing in luxury fashion. Psychological and financial impact on consumers / realizado por la alumna Ana Martínez Medina	Lanero carrizo, Ana
TFGMIM 399	La construcción simbólica de Barcelona como ciudad creativa basado en el comercio y los atractivos culturales = The symbolic construction of Barcelona as a creative city based on retail and cultural atractives / realizado por Nayara Pertejo Fernández	Muñiz Martínez, Norberto
TFGMIM 400	Marketing experiencial y co-creación de valor en eventos de moda. Análisis del engagement y fidelización en Scrapworld 2025 = Experiential marketing and value co-creation in fashion events. An analysis of engagement and loyalty at Scrapworld 2025 / realizado por la alumna Irene Hernández Lacruz	Muñiz Martínez, Norberto
TFGMIM 401	El bucle del scroll infinito. Adicción, procrastinación y ansiedad en el uso de redes sociales de los jóvenes = The infinite scroll loop. Addiction, procrastination, and anxiety in young people's use of social media / realizado por el alumno Adrián Díaz Zabala	Lanero Carrizo, Ana
TFGMIM 402	El SEO del padel en Decathlon = SEO of padel at Decathlon / realizado por el alumno Diego Gutiérrez Conde	Cervantes Blanco, Miguel
TFGMIM 403	Efecto del marketing nutricional, sensorial y de redes sociales en los productos alimentarios. Un estudio comparativo con una muestra de individuos = Effect of nutritional, sensory, and social media marketing on food products. A comparative study with a sample of individuals / realizado por el alumno Diego Fernández Paniagua	Sahelices Pinto, César
TFGMIM 404	Marketing turístico de los campings nacionales = Tourism marketing of national campsites / realizado por la alumna María Chirón del Monte	Vázquez Burguete, J. L.
TFGMIM 405	Experiencia de usuario de plataformas de compraventa online de 2ª mano adaptado al marketing digital (Wallapop) = User experience from second-hand online shopping platforms adapted to digital marketing (Wallapop) / realizado por el alumno Adrián González García	Cervantes Blanco, Miguel
TFGMIM 406	El impacto del "branded content" de Adidas Predator en Youtube, en la lealtad de marca y el "engagement" de los jóvenes futbolistas = The impact of Adidas Predator's branded content on Youtube on brand loyalty and engagement among young football players / realizado por el alumno Jorge Alonso González	Cervantes Blanco, Miguel
TFGMIM 407	Influencia de las prácticas sostenibles en la elección de marcas de alimentación = Influence of sustainable practices on the choice of food brands / realizado por el estudiante pablo Gerbasi Fernández	Vázquez Burguete, J. L.
TFGMIM 408	Influencers del sector gastronómico, aplicación a la ciudad de León. Estrategias de crecimiento y posicionamiento en redes sociales = Influencers in the gastronomic sector, application to the city of León. Growth and positioning strategies on social media / realizado por la estudiante Verónica Simón Gil	Santos Granda, Sara ; Cervantes Blanco, Miguel
TFGMIM 409	Neurociencia aplicada a la conservación de espacios naturales. Comportamiento turístico en la Ruta del Cares = Neuroscience applied to the conservation of natural areas. Tourist behavior on the Cares Trail / realizado por la estudiante Cristina Vara Fartos	González Fernández, Ana M. ; Costa Feito, Aroa
TFGMIM 410	La diferenciación como clave de ventaja competitiva. El papel del producto y la comunicación en Nintendo y Riot Games = Differentiation as a key to competitive advantage. The role of product and communication in Nintendo and Riot Games / realizado por la estudiante Laura Gómez Cue	Cabeza García, Laura
TFGMIM 411	Menores en el escaparate. Prácticas de "sharenting" y su impacto en la audiencia digital = Minors in the spotlight. Sharenting practices and their impact on the digital audience / realizado por la estudiante Laura Castro Castro	Lanero Carrizo, Ana
TFGMIM 412	Neuromarketing del turismo gastronómico experiencial en los ranchos de México = Neuromarketing of gastronomic experiential tourism in the ranches of Mexico / realizado por la alumna Alejandra María Martínez Hernández	Costa Feito, Aroa; González Fernández, Ana M.
TFGMIM 413	Análisis de co-creación de valor multiactor en la industria de la moda desde una lógica de servicio (Service-Dominant Logic). Caso de estudio Zara y fast fashion, y ecosistema de Mercedes-Benz = Fashion Week. Analysis of multi-actor value co-creation in the fashion industry from a service logic (Service-Dominant Logic). Case study of Zara and fast fashion, and the Mercedes-Benz Fashion Week ecosystem / realizado por la alumna Sara Rodríguez Aller.	Muñiz Martínez, Norberto
TFGMIM 414	Desinformación nutricional en redes sociales. Estudio cualitativo sobre los jóvenes españoles = Nutritional misinformation on social media: a qualitative study on Spanish youth / realizado por la estudiante Celia García Pérez	Torres Reynoso, Oliver ; Blanco Moreno, Sofía
TFGMIM 415	Marketing en el sector plant-based. El caso de Heura = Marketing in the plant-Based Sector: The Case of Heura / realizado por el alumno Rodrigo Cascallana Burón	Fuentes Fernández, Rosana