

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
ADJUDICACIÓN DE TRABAJOS DE FIN DE GRADO CURSO 2020-21 (marzo 2021)

ESTUDIANTE	TEMA	TUTOR	Unidad docente/Área/Sección
ALONSO MATA, CLARA ALEJANDRA	EL OBJETIVO DE LA EMPRESA: EVIDENCIA EMPÍRICA	GABRIEL DE LA FUENTE HERRERO	Finanzas
ALONSO MORO, ANGELA	MIM19 LAS CONSECUENCIAS DE LA PANDEMIA SOBRE EL SECTOR COMERCIAL Y MEDIDAS DE APOYO PARA SU REACTIVACIÓN	HELENA VILLAREJO GALENDE	Derecho Público
ÁLVAREZ MARTÍNEZ, ESTER	MIM04 MARKETING Y CONSUMIDOR 15	CARMEN CAMARERO IZQUIERDO	Comercialización e Investigación de Mercados
ALVAREZ SENOVILLA, EVA	MIM23 DIFERENCIAS DE GÉNERO EN EL DESEMPLEO EN ESPAÑA. EXPLOTACIÓN ESTADÍSTICA DE LOS MICRODATOS DE LA EPA	BEATRIZ RODRÍGUEZ PRADO	Estadística y Econometría
APARICIO CUESTA, JAIME	LA GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN LA NUEVA ERA POST-COVID19: RETOS DE DIGITALIZACIÓN E INNOVACIÓN	PILAR PÉREZ SANTANA	Organización de Empresas
ARIAS DELGADO, CLARA	MIM13 MARKETING DIGITAL 1	REBECA SAN JOSÉ CABEZUDO	Comercialización e Investigación de Mercados
ARIJA HERRERO, CARLOS	IMPACTO DEL COVID-19 EN LA ECONOMÍA ESPAÑOLA	ARACELI RODRÍGUEZ LÓPEZ	Fundamentos del Análisis Económico
AUSIN BELDA, SERGIO	DIRECCIÓN DE EMPRESAS	Mª VALLE SANTOS ÁLVAREZ	Organización de Empresas
CALO LAMELAS, ALDARA	MIM16 ECONOMÍA SOCIAL III	ELENA INGLADA GALIANA	Contabilidad
CALZADA CASTAÑO, OSCAR	EL MODELO DE LOS BUSINESS IMPROVEMENT DISTRICTS (BID): PROPUESTA DE IMPLANTACIÓN EN ZAMORA	HELENA VILLAREJO GALENDE	Derecho Público
CAMAZON OLMEDO, MARINA	MIM38 ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS IV	VÍCTOR HERMANO REBOLLEDO	Organización de Empresas
CANO ESTEBANEZ, ESTHER	PLAN DE NEGOCIO Y VALORACIÓN DE UN E-COMMERCE: PLATAFORMA ELECTRÓNICA PARA CONECTAR PERSONAS	GABRIEL DE LA FUENTE HERRERO	Finanzas
CARRERA CUADRADO, EVA MARIA	LAS ESTADÍSTICAS DEMOGRÁFICAS REGIONALES EN LAS FUENTES DE LA OCDE	JOSÉ LUIS ROJO GARCÍA	Estadística y Econometría
DA COSTA MOÑUX, EVA	ANÁLISIS DE LOS PROBLEMAS DERIVADOS DE LA ENFERMEDAD CELIACA	MERCEDES PRIETO ALAIZ	Estadística y Econometría
DE FRUTOS SENOVILLA, LUCIA	MIM11 DECISIONES DE PRODUCTO Y MARCA 3	ANA ISABEL RODRÍGUEZ ESCUDERO	Comercialización e Investigación de Mercados
DE LA FUENTE ALONSO, SANDRA	MIM08 COMUNICACIÓN COMERCIAL 3	ANA GUTIÉRREZ ARRANZ	Comercialización e Investigación de Mercados
DE LA MATA JOAQUIN, MARIA DE LOS ANGELES	HÁBITOS Y USOS DEPORTIVOS DEL PROFESORADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES	MERCEDES PRIETO ALAIZ	Estadística y Econometría
DE NICOLAS PASCUAL, DANIEL	SITUACIÓN ECONÓMICA E IMPACTO DEL COVID EN EL ALFOZ DE PALENCIA	ARACELI RODRÍGUEZ LÓPEZ	Fundamentos del Análisis Económico
DE PAZ MORO, CLARA	MIM33 ECONOMÍA DEL COMPORTAMIENTO	FRANCISCO JOSÉ CABO GARCÍA	Matemáticas
DIEZ BARTOLOME, MARIA	EL IMPACTO DEL FEMINISMO EN EL MARKETING Y LA PUBLICIDAD	RICARDO JIMÉNEZ ABOITIZ	Sociología y Trabajo Social
ESCUDERO VELASCO, JULIA	MIM05 DISTRIBUCION COMERCIAL	MARÍA JOSÉ GARRIDO SAMANIEGO	Comercialización e Investigación de Mercados
ESPAILLAT GESUALDO, ALEJANDRA	RESTRICCIONES Y PROHIBICIONES PÚBLICAS EN EL ÁMBITO DE LA PUBLICIDAD	JOSÉ ANTONIO GARCÍA DE COCA	Derecho Administrativo
FERNANDEZ CERESO, ADRIAN	MIM22 EL DESEMPLEO DE LOS JOVENES EN ESPAÑA. EXPLOTACIÓN ESTADÍSTICA DE LOS MICRODATOS DE LA EPA	BEATRIZ RODRÍGUEZ PRADO	Estadística y Econometría
FERNANDEZ FERNANDEZ, LAURA	MIM30 COSTES LABORALES Y COMPETITIVIDAD	JORGE MATÉ GARCÍA	Fundamentos del Análisis Económico
GARCIA ALONSO, CAROLINA	OLIGOPOLIO Y CONCENTRACIÓN DEL SECTOR ENERGÉTICO A ESCALA MUNDIAL	LUIS FERNANDO LOBEJÓN HERRERO	Estructura
GARCIA GOMEZ, PAULA	MIM06 COMUNICACIÓN COMERCIAL 1	ANA GUTIÉRREZ ARRANZ	Comercialización e Investigación de Mercados
GARCIA MONTALVO, SONIA	MIM03 MARKETING Y CONSUMIDOR 14	CARMEN CAMARERO IZQUIERDO	Comercialización e Investigación de Mercados
GARCIA SANTIAGO, ANA MARIA	MIM25 FISCALIDAD DEL COMERCIO ELECTRÓNICO	EVA VICENTE HERNÁNDEZ	Fiscalidad
GARCÍA SEVILLA, SONIA	MIM10 MARKETING Y CONSUMIDOR 11	JESÚS GUTIÉRREZ CILLÁN	Comercialización e Investigación de Mercados
GONZALEZ CLERIGO, MIRIAM	PAPA JOHN'S: ANÁLISIS DE LA CARTERA DE PRODUCTOS	JAVIER RODRÍGUEZ PINTO	Comercialización e Investigación de Mercados
GONZALEZ FERNANDEZ, DANIEL	MIM18 ECONOMÍA COLABORATIVA EN TIEMPOS DE PANDEMIA	SARA GARCÍA GARCÍA	Derecho Administrativo
GUERRA VIDAL, LEANDRO	MIM27 EL SALARIO MÍNIMO INTERPROFESIONAL	INMACULADA GONZÁLEZ GÜEMES	Fundamentos del Análisis Económico
GUIMERANS GARCIA MONGE, ANDREA	MIM39 ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS VI	PILAR PÉREZ SANTANA	Comercialización e Investigación de Mercados
GUTIERREZ MUÑOZ, PALOMA	MIM28 LA FUNCIÓN DE UTILIDAD ESPERADA: ANÁLISIS TEÓRICO Y EMPÍRICO	PEDRO GUTIÉRREZ DÍEZ	Fundamentos del Análisis Económico
JULIANA ROMÁN, ANDREA	MIM01 MARKETING Y CONSUMIDOR 12	CARMEN ANTÓN MARTÍN	Comercialización e Investigación de Mercados
LLAMAS SANTAMARIA, FELIX	MIM21 ANÁLISIS DE LA DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN EN CASTILLA Y LEÓN	URSICINIO CARRASCAL ARRANZ	Estadística y Econometría
LOPEZ DE ARRIBA, MARINA	LA IMPORTANCIA DE CONOCER EL BUYER PERSONA. CASO MINT&ROSE	ANA ISABEL RODRÍGUEZ ESCUDERO	Comercialización e Investigación de Mercados



GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS ADJUDICACIÓN DE TRABAJOS DE FIN DE GRADO CURSO 2020-21 (marzo 2021)			
ESTUDIANTE	TEMA	TUTOR	Unidad docente/Área/Sección
LOPEZ DE LA FUENTE, HENAR	ANÁLISIS TEÓRICO Y EMPÍRICO DEL FACTOR DE DESCUENTO SUBJETIVO	PEDRO GUTIÉRREZ DÍEZ	Fundamentos del Análisis Económico
MACARIO FARTO, MARÍA	MIM35 EL USO DE BIG DATA EN ECONOMÍA Y POLÍTICA	MIGUEL MARTÍN PANERO	Matemáticas
MARTIN GONZALEZ, LUCIA	MIM07 COMUNICACIÓN COMERCIAL 2	ANA GUTIÉRREZ ARRANZ	Comercialización e Investigación de Mercados
MARTIN PANIAGUA, DANIELA	MIM12 MARKETING DIGITAL 2	REBECA SAN JOSÉ CABEZUDO	Comercialización e Investigación de Mercados
MARTIN PARIENTE, IRENE	MIM26 LA MUJER EN EL MERCADO LABORAL EN ESPAÑA	INMACULADA GONZÁLEZ GÜEMES	Fundamentos del Análisis Económico
MARTIN PEREZ, DUNIA	LAS ESTADÍSTICAS DE INNOVACIÓN REGIONAL EN LAS FUENTES DE LA OCDE	JOSÉ LUIS ROJO GARCÍA	Estadística y Econometría
MAYOR SANCHEZ, SORAYA	MIM02 MARKETING Y CONSUMIDOR 13	CARMEN ANTÓN MARTÍN	Comercialización e Investigación de Mercados
ORTEGA BOYANO, PAULA	MIM37 ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS VII	TERESA GARCÍA MERINO	Organización de Empresas
PRIETO ALMANSA, LAURA	MIM36 EVOLUCIÓN DEL MARKETING POLÍTICO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS	MARÍA TERESA PEÑA GARCÍA	Matemáticas
RECIO PEREZ, CRISTIAN JAVIER	PLAN DE MARKETING DE ESPECTÁCULOS KEBANNA	JAVIER RODRÍGUEZ PINTO	Comercialización e Investigación de Mercados
ROLDAN FORTES, MARCOS	MIM32 EL IMPACTO DE LA COVID19 EN EL MERCADO DE TRABAJO DE CASTILLA Y LEÓN: UN ANÁLISIS SECTORIAL	JULIO LÓPEZ DÍAZ	Fundamentos del Análisis Económico
ROMAN SANTOS, ANA	MIM29 EL MODELO RIESGO-VARIANZA DE FIJACIÓN DE PRECIOS DE ACTIVOS: ANÁLISIS TEÓRICO EMPÍRICO	PEDRO GUTIÉRREZ DÍEZ	Fundamentos del Análisis Económico
RUIZ FUENTES, NATALIA	ANÁLISIS DE DATOS EXPLORATORIOS	JOSÉ LUIS ROJO GARCÍA	Estadística y Econometría
SALAZAR LABAJO, LAURA	MIM31 EL IMPACTO DE LA COVID19 EN EL MERCADO DE TRABAJO DE LAS PROVINCIAS CASTELLANO Y LEONESAS: UNA COMPARATIVA	JULIO LÓPEZ DÍAZ	Fundamentos del Análisis Económico
SANTOS GUILLAMOT, MARISA	LA ESTRATEGIA QUE SIGUE UNA EMPRESA PARA INTRODUCIRSE EN EL CANAL DE AMAZON	VÍCTOR HERMANO REBOLLEDO	Organización de Empresas
SANZ CABREROS, EVA	MIM09 MARKETING Y CONSUMIDOR 10	JESÚS GUTIÉRREZ CILLÁN	Comercialización e Investigación de Mercados
TAPIA PESQUERA, ELSA	MIM34 HERRAMIENTAS PARA EL MARKETING DIGITAL	BONIFACIO LLAMAZARES RODRÍGUEZ	Matemáticas
TEMPRANO COBO, ALVARO	EL SMARTHOME EN EL HOGAR. EL MERCADO ESPAÑOL	JAVIER RODRÍGUEZ PINTO	Comercialización e Investigación de Mercados
TRIGUEROS FIDALGO, BEATRIZ	MIM24 LA DESIGUALDAD EN EL CONSUMO	JUAN VICENTE PERDIZ	Estructura
TURIÑO LUCAS, NATALIA	ANÁLISIS DEL COMERCIO DE CASTILLA Y LEÓN CON UN PAÍS DE LA UE-14 Y OTRO DE LA UE-27	ARACELI RODRÍGUEZ LÓPEZ	Fundamentos del Análisis Económico
VELA RUBIO, MARIO	CREACIÓN Y EJECUCIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL EN UN PEQUEÑO NEGOCIO	REBECA SAN JOSÉ CABEZUDO	Comercialización e Investigación de Mercados
VILLAFÁÑEZ VALDES, ELENA	MARKETING EN REDES SOCIALES	VÍCTOR HERMANO REBOLLEDO	Organización de Empresas