

2022-2023 - MDM - Líneas de investigación de los tutores TFM

Profesores	Líneas de interés
Ignacio Cruz	(1) distribución comercial (2) canales de distribución (3) marketing de exportación
María Jesús Yagüe	(1) La digitalización y la construcción del valor de las marcas (2) La digitalización y la formación de precios dinámicos en los sectores de servicios
Ana Díaz	(1) Creación de valor y nuevas tecnologías en la distribución comercial (2) Sostenibilidad y retail (3) Digitalización de los servicios de salud (4) Aceptación de los vehículos autónomos
Ignacio Redondo	(1) Fundamentos teóricos y aplicaciones prácticas del branded content (2) Ética comercial en la industria farmacéutica (3) Factores influyentes en la aceptación y el rechazo de la publicidad
Sara Campo	(1) Digitalización y nuevas tendencias en Marketing (2) Herramientas de comunicación para la gestión de las crisis (3) El turismo en la época postcovid
Ángel Fernández	(1) Estrategias de marketing en las nuevas redes sociales (2) El papel del marketing en la defensa de los derechos de igualdad (violencia de género, derechos LGTBI, diversidad étnico-racial, ...) (3) Marketing y la tasa rosa (4) Comercios centenarios: Marketing de supervivencia
Natalia Rubio	(1) SOCIAL MEDIA: customer citizen behaviour / customer engagement (2) ARTIFICIAL INTELLIGENCE: in customer service / in smart tourism
Javier Oubiña	(1) Influence Marketing y Social Media Marketing (2) Posicionamiento SEO y SEM (3) Estrategias de pricing de las empresas
Jaime Romero	(1) Automatización en marketing (2) Análisis de información generada por usuarios
Jose Luis Méndez	(1) El marketing estratégico (2) El marketing operativo
Nieves Villaseñor	(1) La cocreación de valor en un contexto omnicanal (2) La experiencia de marca y sus efectos sobre las variables relacionales: lealtad etc.
Jean Philippe Charron	(1) Distribución y consumo de bienes culturales en entornos digitales (2) Diferencias culturales y marketing internacional (selección de mercados, estrategias de entradas, etc.) (3) Fijación de precios en condiciones de incertidumbre y ambigüedad
Myriam Quiñones	(1) Transformación digital: cómo la tecnología está cambiando la distribución comercial (2) Aspectos relevantes de la sostenibilidad del producto para los consumidores (3) Las marcas de distribuidor (4) Retos del delivery y gestión de la última milla
Jano Jiménez	(1) Comportamiento del consumidor (procesos de razonamiento, memoria, persuasión, grupos e identidad y mentalidad del consumidor) (2) Teoría Cultural del Consumidor (Teoría del Actor-Red, Teoría del Ensamblaje y Teoría No-Representacional en Marketing)
Mercedes Rozano	(1) Aplicación de la sostenibilidad en mercados de gran consumo (2) Aplicación de la sostenibilidad en sector moda: slow fashion (3) Desperdicio alimentario: iniciativas de empresas y actitud consumidor
Mónica Gómez	(1) Experiencia de Compra de Cliente Omnicanal: Híper-personalización y Uso de Tecnologías Disruptivas (2) Digitalización y Sostenibilidad en la Cadena de Valor Textil (3) Nuevas Tendencias en Alimentación y Nutrición Saludable (4) Uso de Redes Sociales en la Liga de Fútbol Española (5) Marketing de los Sentidos en la Era Digital (6) Comunicación Efectiva al Consumidor sobre Productos y Marcas Sostenibles (7) Satisfacción y Compromiso del Personal del Área Comercial (8) Reducción de Plásticos en el Punto de Venta
Anne Schmitz	(1) Aceptación de nuevas tecnologías (2) Comportamiento del consumidor y nuevas tecnologías