

Temas de TFM propuestos por tutores en el curso 2024/25

Ana Díaz Martín	Compradores senior Live shopping Buy now, pay later Retail media
Ángel Fernandez Nogales	Estrategias de marketing digital de los comercios centenarios y tradicionales. Estrategias de marketing digital de las salas de teatro. Estrategias de marketing digital de las salas cinematográficas. Estrategias de marketing digital de los mercados municipales. Marketing LGTBQA+. Marketing y salud mental.
Anne Schmitz	Sharenting – Sobreexposición de niños en las redes sociales. La digitalización de la salud: evolución y tendencias. Evolución e impacto de la alimentación plant based. Fake or fact: la proliferación de bulos en las redes sociales y su impacto en la percepción pública. ¿Es poesía o una letra de Taylor Swift? Analizando el impacto económico, emocional y social del “The Eras Tour”.
Daniel Ruiz Equihua	Artificial intelligence (Gen AI, smart speakers, chatbots, and robots) and tourism, hospitality services. Influencer marketing and consumer behavior.
Ignacio Cruz Roche	Temas relacionados con “Estrategias de comercio electrónico y distribución comercial”.
Ignacio Redondo Bellón	Product placement. Branded content. Persuasión de la opinión pública. Temas relacionados con “Estrategias de comunicación comercial”.
Jaime Romero de la Fuente	Inteligencia artificial (altavoces inteligentes, chatbots y robots) y servicio al cliente. Inteligencia artificial (altavoces inteligentes, chatbots y robots) y comportamiento del consumidor. Inteligencia artificial y ética. Elección de marca. Frecuencia de compra.
Javier Oubiña Barbolla	Estrategias de precios dinámicos en marketing digital. Plan de Marketing Digital aplicado a una idea de negocio.
Jean Philippe Charron	Distribución y consumo de bienes y servicios digitales Estrategias de marketing internacional y transcultural Toma de decisiones bajo incertidumbre y ambigüedad Machine learning aplicado a la toma de decisión en marketing
José Luis Méndez G ^a de Paredes	Efecto de los precios de referencia internos y externos en la compra de servicios turísticos. Experiencia de cliente en Retail. Comportamiento de compra de productos virales.
Luis Enrique Alonso Benito	Consumo y fenómenos generacionales. Consumo, igualdad y desigualdad social. Consumos culturales y prácticas de promoción.
Mercedes Rozano Suplet	Retro marketing como estrategia de marketing, basada en el pasado, para vender productos o servicios. El lado oscuro (dark side) de la inteligencia artificial en la compra a través de dispositivos inteligentes. Sostenibilidad en el sector moda. Influencers generados por Inteligencia artificial.
Mónica Gómez Suárez	Experiencia de cliente. Sostenibilidad en moda.

	Transformación digital. Marketing analítico. Engagement en Redes sociales.
Mónica Veloso Huertas	El Impacto de las aplicaciones de escaneo de alimentos y cosméticos en el comportamiento del consumidor Moda sostenible Marcas de influencers
Myriam Quiñones García	Estrategias competitivas en la distribución comercial. Tecnología en el sector retail y comportamiento del consumidor. Experiencia de cliente.
Natalia Rubio Benito	La interacción con los asistentes virtuales en los procesos de compra. Inteligencia artificial y capital de marca. Experiencia de compra (omnicanal, phygital).
Nieves Villaseñor Roman	La cocreación de valor y el capital de marca. La cocreación de valor en entornos digitales. Sostenibilidad y cocreación de valor.
Sara Campo Martínez	Sostenibilidad de los destinos turísticos. Turismofobia: mejorando la experiencia del turista y la interacción con el residente. Cómo mejorar la saturación de los destinos. Sistemas de puntuación del vino: moda o valor. El precio y el valor del arte. La paradoja de la elección en la compra online. Influencia de los estereotipos e imagen sobre la experiencia. Experiencia turística positiva.