

Máster Universitario en Tecnologías para la Investigación de Mercados y Marketing.

Resolución de la Comisión Académica del Master (CAM) sobre los Trabajos Fin de Máster (TFM) para el curso 2016-2017

En cumplimiento del apartado cinco de las Directrices de la Universidad de Granada para el desarrollo de la asignatura "Trabajo Fin de Máster" de sus títulos de máster, la Comisión Académica del máster "Tecnologías para la Investigación de Mercados y Marketing", reunida el 18 de enero del 2017 ha resuelto:

1.- Pre-asignar los siguientes TFM's para el curso 2016-17

Terminado el primer palazo de pre-asignación de los TFM's, el 16 de enero de 2017, y estudiadas las ofertas de los trabajos de Fin de máster de la resolución del 23 de noviembre de 2016, la CAM hace el reparto de las pre-asignaciones de los TFM's para el curso 2016-17 de la siguiente manera:

Tutores	Título del TFM	Alumno
Juan Miguel Rey Pino, Carmen Sabiote Ortiz	<i>Tiene efectos moderadores la cultura? Eficacia del fear appeal como eje de mensaje en campañas sociales</i>	Nerea Ruiz Viruete
Juan Miguel Rey, Juan Miguel Alcántara Pilar	<i>El impacto del envase de tabaco en menores en entornos cross-culturales</i>	Josefa Lucía Prieto Rodríguez
Kawtar Benghazi, Laiachi EL Kaoutit	<i>Marketing social: las redes sociales en la empresa.</i>	Sofia Benammi El Ouahabi
Kawtar Benghazi, Laiachi EL Kaoutit	<i>Mejora de procesos de gestión y comercialización de empresas de logística</i>	Sabrina Harti
Teodoro Luque Martínez	<i>Redes Sociales y Marketing Político. Análisis de la campaña presidencial en EE.UU</i>	Roberto Manuel Rodríguez Calderay
Juan Miguel Alcántara Pilar	<i>Análisis croscultural del concepto Brand Equity. Estudio del caso con escalas individuales</i>	Álvaro José Rojas Lamorena
Salvador del Barrio García, Juan Miguel Alcántara Pilar	<i>El efecto lenguaje figurativo como instrumento promocional en las redes sociales</i>	Jorge Tarsillo Coloma Rocha
Javier Blanco Encomienda, Lucía Porcu	<i>Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Greenwashing. Análisis del caso español</i>	Anisa Mohamed Abdelkader

Esmeralda Crespo Almendros, Javier Blanco Encomienda	<i>Impacto de la publicidad en colectivos vulnerables</i>	Umaima Mohamed Ahmed
Lucía Porcu	<i>Análisis de la relación entre el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) y la Comunicación Integrada de Marketing (CIM)</i>	Mohamed El Afaki
Juan Miguel Alcántara Pilar, Javier Blanco Encomienda	<i>Análisis cultural de la realidad del consumidor ceutí y del norte de Marruecos</i>	Yasmina Mohamed Abdelkader

Granada, a 18 de noviembre de 2017

Vº Bº Coordinadora del Máster



Fdo: Laiachi EL Kaoutit Zerri

El Secretario de la Comisión




Fdo: Juan Miguel Alcántara Pilar