



OFERTA DE TRABAJOS FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO 2016-2017

GRADO AL QUE VA DIRIGIDA LA OFERTA

MIM

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Comercialización e Investigación de Mercados

DEPARTAMENTO

Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

LÍNEA DE TRABAJO

Comportamiento del consumidor

NÚMERO DE TRABAJOS FIN DE GRADO

4

BREVE DESCRIPCIÓN

Esta línea de trabajo trata de comprender el comportamiento del consumidor, examinando la segmentación de los clientes y las preferencias durante el proceso de decisión de compra.

POSIBLES TEMAS DE TRABAJOS FIN DE GRADO

- Comportamiento del consumidor I
Profesor: Marta Pedraja Iglesias
Suplente: Victoria Bordonaba Juste
Nº de trabajos ofertados: 2
- Comportamiento del consumidor II
Profesor: Victoria Bordonaba Juste
Suplente: Marta Pedraja Iglesias
Nº de trabajos ofertados: 2



OFERTA DE TRABAJOS FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO 2016-2017

GRADO AL QUE VA DIRIGIDA LA OFERTA

MIM

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Comercialización e Investigación de Mercados

DEPARTAMENTO

Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

LÍNEA DE TRABAJO

MARKETING INTERNACIONAL

NÚMERO DE TRABAJOS FIN DE GRADO

5

BREVE DESCRIPCIÓN

Se trabajarán los aspectos derivados de llevar a cabo una actividad de marketing en el ámbito internacional, profundizando en el entorno global y específico, seleccionando mercados exteriores, proponiendo formas de entrada en esos mercados, presentando los objetivos y las estrategias a seguir en cada mercado y estudiando los programas de marketing mix internacional más adecuados, así como planteando la organización y controles del programa de marketing internacional.

POSIBLES TEMAS DE TRABAJOS FIN DE GRADO

- PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL
Profesor: M^a DOLORES DELSO ARANAZ
Suplente: Miguel Guinaliu Blasco
Nº de trabajos ofertados: 3
- ESTRATEGIAS DE MARKETING INTERNACIONAL
Profesor: M^a DOLORES DELSO ARANAZ
Suplente: Miguel Guinaliu Blasco
Nº de trabajos ofertados: 2



OFERTA DE TRABAJOS FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO 2016-2017

GRADO AL QUE VA DIRIGIDA LA OFERTA

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Comercialización e Investigación de Mercados

DEPARTAMENTO

Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

LÍNEA DE TRABAJO

Investigación de Mercados para el análisis y diseño de estrategias de marketing

NÚMERO DE TRABAJOS FIN DE GRADO

21

BREVE DESCRIPCIÓN

La investigación de mercados utiliza diferentes metodologías que nos permiten obtener la información necesaria para analizar el comportamiento del mercado y poder diseñar estrategias de marketing. Los trabajos de esta línea tienen como objetivo el análisis y/o diseño de estrategias comerciales apoyándose en los resultados de un estudio de mercado elaborado por el alumno. Para poder plantear la investigación, el estudiante deberá realizar previamente una contextualización y una revisión teórica del tema objeto de estudio

POSIBLES TEMAS DE TRABAJOS FIN DE GRADO

- Investigación de Mercados para el análisis y diseño de estrategias de marketing I
Profesor: Isabel Buil Carrasco
Suplente: Blanca Hernández Ortega
Nº de trabajos ofertados: 6
- Investigación de Mercados para el análisis y diseño de estrategias de marketing II
Profesor: Ana Garrido Rubio
Suplente: Teresa Montaner Gutiérrez
Nº de trabajos ofertados: 4
- Investigación de Mercados para el análisis y diseño de estrategias de marketing III
Profesor: Blanca Hernández Ortega
Suplente: Isabel Buil Carrasco
Nº de trabajos ofertados: 5
- Investigación de Mercados para el análisis y diseño de estrategias de marketing IV
Profesor: Teresa Montaner Gutiérrez
Suplente: Ana Garrido Rubio
Nº de trabajos ofertados: 6

OFERTA DE TRABAJOS FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO 2016-2017

GRADO AL QUE VA DIRIGIDA LA OFERTA

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Comercialización e Investigación de Mercados

DEPARTAMENTO

Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

LÍNEA DE TRABAJO

Marketing deportivo

NÚMERO DE TRABAJOS FIN DE GRADO

4

BREVE DESCRIPCIÓN

Esta línea recoge diferentes aspectos del marketing deportivo. Entre ellos podemos destacar:

- *Análisis de estrategias y acciones de marketing de clubes e instituciones deportivas*
- *Estudio del patrocinio,*
- *Análisis del posicionamiento y atractivo de los diferentes deportes*
- *Gestión de eventos deportivos*
- ...

POSIBLES TEMAS DE TRABAJOS FIN DE GRADO

- Marketing Deportivo I
Profesor: Ana Garrido Rubio
Suplente: Pilar Urquizu Samper
Nº de trabajos ofertados: 2
- Marketing Deportivo II
Profesor: Pilar Urquizu Samper
Suplente: Ana Garrido Rubio
Nº de trabajos ofertados: 2

OFERTA DE TRABAJOS FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO 2016-2017

GRADO AL QUE VA DIRIGIDA LA OFERTA

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Comercialización e Investigación de Mercados

DEPARTAMENTO

Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

LÍNEA DE TRABAJO

Comunicación Comercial

NÚMERO DE TRABAJOS FIN DE GRADO

8

BREVE DESCRIPCIÓN

Esta línea recoge diferentes aspectos de la comunicación comercial. Entre ellos podemos destacar:

- *Planes de comunicación*
- *Comunicación estratégica y táctica*
- *Herramientas de comunicación*
- *Comunicación corporativa*
- *Nuevas tendencias de comunicación*
- *Comunicación 2.0*
- ...

POSIBLES TEMAS DE TRABAJOS FIN DE GRADO

- Comunicación Comercial I
Profesor: Raquel Gurrea Sarasa
Suplente: Pilar Urquizu Samper
Nº de trabajos ofertados: 4
- Comunicación Comercial II
Profesor: Pilar Urquizu Samper
Suplente: Raquel Gurrea Sarasa
Nº de trabajos ofertados: 4



OFERTA DE TRABAJOS FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO 2016-2017

GRADO AL QUE VA DIRIGIDA LA OFERTA

MIM

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Comercialización e Investigación de Mercados

DEPARTAMENTO

Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

LÍNEA DE TRABAJO

Marketing Turístico

NÚMERO DE TRABAJOS FIN DE GRADO

4

BREVE DESCRIPCIÓN

Esta línea de trabajo se basa en el estudio del turismo como estrategia de marketing desde el punto de vista de la gastronomía, la imagen de un destino, marca-ciudad, etc. De forma que se pueden hacer trabajos sobre: Turismo gastronómico; Imagen de los destinos turísticos; Turismo de ciudades, Turismo rural, Turismo cultural, etc.

POSIBLES TEMAS DE TRABAJOS FIN DE GRADO

- Marketing turístico
Profesora: Carmina Fandos Herrera/Suplente: Julio Jiménez Martínez
Nº de trabajos ofertados: 4



OFERTA DE TRABAJOS FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO 2016-2017

GRADO AL QUE VA DIRIGIDA LA OFERTA

MIM

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Comercialización e Investigación de Mercados

DEPARTAMENTO

Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

LÍNEA DE TRABAJO

- Marketing de guerrilla (marketing viral, street marketing, marketing de ambiente, marketing de contenido, marketing de emboscada, flashmobs, etc.)

NÚMERO DE TRABAJOS FIN DE GRADO

2

BREVE DESCRIPCIÓN

La creciente competencia a la que se enfrentan las empresas en los mercados y la saturación del consumidor ante la publicidad convencional está motivando la proliferación de una serie de estrategias de marketing que son desarrolladas de forma creativa a través de medios no convencionales.

Con frecuencia estas estrategias son las únicas alternativas al alcance de las empresas que no disfrutan de una posición de líder, retador o seguidor en un mercado.

POSIBLES TEMAS DE TRABAJOS FIN DE GRADO

- Estrategias de marketing de guerrilla
 - Profesor: Carlos Flavián Blanco
 - Suplente: Luis Casaló Ariño
 - N° de trabajos ofertados: 1
- Creatividad en marketing
 - Profesor: Carlos Flavián Blanco
 - Suplente: Luis Casaló Ariño
 - N° de trabajos ofertados: 1



OFERTA DE TRABAJOS FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO 2016-2017

GRADO AL QUE VA DIRIGIDA LA OFERTA

Grado en Marketing e Investigación de Mercados

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Comercialización e Investigación de Mercados

DEPARTAMENTO

Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

LÍNEA DE TRABAJO

E-Marketing

NÚMERO DE TRABAJOS FIN DE GRADO

11

BREVE DESCRIPCIÓN

En esta línea de trabajo el alumno profundizará en alguno de los múltiples aspectos relacionados con el marketing en Internet, redes sociales y Mobile Marketing.

POSIBLES TEMAS DE TRABAJOS FIN DE GRADO

- Marketing en redes sociales
Profesores: Luis V. Casaló Ariño, Miguel Guinalú Blasco
Nº de trabajos ofertados: 4
- Marketing en Internet
Profesor: Miguel Guinalú Blasco
Suplente: Luis V. Casaló Ariño
Nº de trabajos ofertados: 5
- Mobile marketing
Profesor: Miguel Guinalú Blasco
Suplente: Luis V. Casaló Ariño
Nº de trabajos ofertados: 2



OFERTA DE TRABAJOS FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO 2016-2017

GRADO AL QUE VA DIRIGIDA LA OFERTA

MIM

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Comercialización e Investigación de Mercados

DEPARTAMENTO

Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

LÍNEA DE TRABAJO

- Marketing Emocional, marketing Sensorial y marketing Experiencial

NÚMERO DE TRABAJOS FIN DE GRADO

4

BREVE DESCRIPCIÓN

Las decisiones tomadas por el consumidor en su proceso de compra pueden tener una base racional o bien una base emocional. Los modelos económicos tradicionales explican el comportamiento del consumidor atendiendo a la racionalidad económica. Sin embargo, cada vez se considera que tienen una mayor importancia las decisiones que el consumidor toma atendiendo a sus emociones y que luego justifica aplicando la racionalidad económica. Variables como el precio o las características y prestaciones de un producto son importantes, pero cada vez se considera que son más importantes las emociones y sensaciones que experimenta el consumidor.

POSIBLES TEMAS DE TRABAJOS FIN DE GRADO

- Marketing Emocional
- Profesor: Carlos Flavián Blanco
- Suplente: Luis Vicente Casaló Ariño
- N° de trabajos ofertados: 1

- Marketing Sensorial
- Profesor: Carlos Flavián Blanco
- Suplente: Carlos Orús Sanclemente
- N° de trabajos ofertados: 2

- Marketing Experiencial
- Profesor: María José Martín de Hoyos
- Suplente: Carlos Flavián Blanco
- N° de trabajos ofertados: 1

- Marketing Experiencial

- Profesor: Carlos Orús Sanclemente
- Suplente: Carlos Flavián Blanco
- N° de trabajos ofertados: 1



OFERTA DE TRABAJOS FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO 2016-2017

GRADO AL QUE VA DIRIGIDA LA OFERTA

GMIM

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Comercialización e Investigación de Mercados

DEPARTAMENTO

Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

LÍNEA DE TRABAJO

MARKETING Y RSC

NÚMERO DE TRABAJOS FIN DE GRADO

4

BREVE DESCRIPCIÓN

Esta línea trata de analizar la relación entre el marketing de las empresas y la Responsabilidad Social de las mismas. Los estudiantes analizarán la forma en que las empresas adaptan sus estrategias comerciales a los principios de Responsabilidad Social Corporativa. Además, también se profundizará en el estudio del consumidor socialmente responsable y el impacto que tienen sus actos de consumo en las decisiones comerciales de las empresas.

POSIBLES TEMAS DE TRABAJOS FIN DE GRADO

- Marketing y RSC I
Profesores: Elena Fraj Andrés
Nº de trabajos ofertados: 2
- Marketing y RSC II
Profesor: Elena Fraj Andrés
Nº de trabajos ofertados: 2



OFERTA DE TRABAJOS FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO 2016-2017

GRADO AL QUE VA DIRIGIDA LA OFERTA

MIM

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Comercialización e Investigación de Mercados

DEPARTAMENTO

Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

LÍNEA DE TRABAJO

Investigación de mercados

NÚMERO DE TRABAJOS FIN DE GRADO

2

BREVE DESCRIPCIÓN

Esta línea de trabajo trata de poner en práctica los métodos aprendidos en el grado para la obtención y análisis de información con el fin de apoyar la toma de decisiones.

POSIBLES TEMAS DE TRABAJOS FIN DE GRADO

- Investigación para la toma de decisiones.
Profesores: Julio Jiménez (suplente: Carmina Fandos)
Nº de trabajos ofertados: 2



OFERTA DE TRABAJOS FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO 2016-2017

GRADO AL QUE VA DIRIGIDA LA OFERTA

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Comercialización e Investigación de Mercados

DEPARTAMENTO

Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

LÍNEA DE TRABAJO

DIRECCIÓN DE VENTAS

NÚMERO DE TRABAJOS FIN DE GRADO

2

BREVE DESCRIPCIÓN

Esta línea de trabajo trata de analizar y estudiar distintos aspectos de la gestión de la fuerza de ventas con el objetivo de incrementar los beneficios de la empresa en base a la fidelización y recomendación ejercida por los clientes. El papel del vendedor ha estado muy criticado por tener como objetivo vender sin más. Sin embargo, en los últimos años las empresas han tomado conciencia del papel estratégico del vendedor para conseguir clientes satisfechos pasando a llevar a cabo una venta relacional. Esta línea abarca temas que pueden ser generales como la gestión de la fuerza de ventas o gestión de equipos de venta, estrategias de motivación, productividad y eficacia hasta otros como la venta relacional, venta adaptativa, el uso de las TICs en la venta o la percepción de los consumidores de la adaptación del vendedor y de su labor en la venta entre otros muchos.

POSIBLES TEMAS DE TRABAJOS FIN DE GRADO

- Dirección de Ventas I
Profesores: Laura Lucía Palacios / Suplente: Marta Pedraja Iglesias
Nº de trabajos ofertados: 3



OFERTA DE TRABAJOS FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO 2016-2017

GRADO AL QUE VA DIRIGIDA LA OFERTA

Grado en Marketing e Investigación de Mercados

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Comercialización e Investigación de Mercados

DEPARTAMENTO

Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

LÍNEA DE TRABAJO

MARKETING DE SERVICIOS

NÚMERO DE TRABAJOS FIN DE GRADO

4

BREVE DESCRIPCIÓN

A partir de la cuantificación de la importancia de los servicios en las economías actuales, se identifican las características específicas de los servicios. De esta manera, se identifican las diferencias en las estrategias de marketing de los servicios, identificando y proponiendo acciones de diferenciación y de posicionamiento. Se enfatiza la importancia que cobra la calidad en este sector, definiendo la atención al cliente, determinando las herramientas para la gestión de quejas y se analizan los modelos que miden la calidad de servicio.

POSIBLES TEMAS DE TRABAJOS FIN DE GRADO

- Calidad en los Servicios (Definición, Medición y Gestión)
Director: Mercedes Marzo
Suplente: Marta Pedraja
Nº de trabajos ofertados: 4



OFERTA DE TRABAJOS FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO 2016-2017

GRADO AL QUE VA DIRIGIDA LA OFERTA

Grado en Marketing e Investigación de Mercados

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Comercialización e Investigación de Mercados

DEPARTAMENTO

Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

LÍNEA DE TRABAJO

MARKETING TURÍSTICO

NÚMERO DE TRABAJOS FIN DE GRADO

4

BREVE DESCRIPCIÓN

Se pretende analizar el marketing turístico tanto desde la perspectiva de la oferta como de la demanda. Así, desde la perspectiva de la oferta se pueden abordar temas relacionados con la configuración del producto turístico, orientación al mercado de las empresas turísticas, importancia de la sostenibilidad en el desarrollo turístico, implicación de los residentes, imagen del destino, creación de marca, etc. La perspectiva de la demanda se centra en el análisis del turista, cuantificando sus movimientos, analizando sus incentivos y barreras para la realización del turismo, analizando su perfil, etc. Estos aspectos pueden aplicarse a cualquier tipos de turismo, tanto general (sol y playa) como específicos (bioecológico, rural, deportivo, de salud, de eventos y congresos, gastronómico, etc.).

POSIBLES TEMAS DE TRABAJOS FIN DE GRADO

- Dirección Turística: Análisis, Comportamiento y Estrategia
Director: Marta Pedraja
Suplente: Mercedes Marzo
Nº de trabajos ofertados: 4



OFERTA DE TRABAJOS FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO 2016-2017

GRADO AL QUE VA DIRIGIDA LA OFERTA

Grado en Marketing e Investigación de Mercados

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Comercialización e Investigación de Mercados

DEPARTAMENTO

Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

LÍNEA DE TRABAJO

COMPORTAMIENTO DEL CLIENTE

NÚMERO DE TRABAJOS FIN DE GRADO

2

BREVE DESCRIPCIÓN

Se centra en establecer un marco de referencia que permita analizar y comprender los distintos procesos de compra y de decisión que puede desarrollar un consumidor. Se analizan las distintas fases del proceso de decisión de compra del consumidor, teniendo en cuenta las variables internas y externas que influyen en el proceso. Se aborda cualquier decisión de compra que desee tomar un consumidor tanto en entornos online como offline.

POSIBLES TEMAS DE TRABAJOS FIN DE GRADO

- Proceso de Decisión de Compra
Director: Marta Pedraja
Suplente: Mercedes Marzo
Nº de trabajos ofertados: 1
- Proceso de Decisión de Compra
Director: Mercedes Marzo
Suplente: Marta Pedraja
Nº de trabajos ofertados: 1



OFERTA DE TRABAJOS FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO 2016-2017

GRADO AL QUE VA DIRIGIDA LA OFERTA

Grado en Marketing e Investigación de Mercados

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Comercialización e Investigación de Mercados

DEPARTAMENTO

Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

LÍNEA DE TRABAJO

PLAN DE MARKETING

NÚMERO DE TRABAJOS FIN DE GRADO

3

BREVE DESCRIPCIÓN

Se centra en conocer y analizar las leyes que rigen la estrategia de marketing de una organización, comprendiendo los aspectos clave a la hora de realizar la planificación estratégica. Se realiza un análisis de la situación actual, tanto interna como externa, de la organización que permita establecer los objetivos del plan. Se evalúan y establecen los instrumentos que configuran la estrategia de marketing, planificando su puesta en marcha y posterior control.

POSIBLES TEMAS DE TRABAJOS FIN DE GRADO

- Plan de Marketing de una PYME
Director: Marta Pedraja
Suplente: Mercedes Marzo
Nº de trabajos ofertados: 2
- Plan de Marketing de una PYME
Director: Mercedes Marzo
Suplente: Marta Pedraja
Nº de trabajos ofertados: 1



OFERTA DE TRABAJOS FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO 2016-2017

GRADO AL QUE VA DIRIGIDA LA OFERTA

Marketing e Investigación de Mercados

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Comercialización e Investigación de Mercados

DEPARTAMENTO

Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

LÍNEA DE TRABAJO

Comportamiento del Consumidor Multicanal

NÚMERO DE TRABAJOS FIN DE GRADO

2

BREVE DESCRIPCIÓN

Gracias a las Nuevas Tecnologías, el comportamiento del consumidor se está volviendo cada vez más dinámico. El proceso de decisión de compra, tal y como se entendía desde una perspectiva tradicional, se vuelve más complejo con la incorporación de Internet y las tecnologías móviles. Esta línea de trabajo trata de analizar los distintos aspectos que afectan al comportamiento del consumidor multicanal. Los trabajos deberán fundamentarse con teorías que sirvan para entender, analizar y predecir la interacción del consumidor con los distintos medios que tiene a su alcance. Por lo tanto, la unidad central de análisis será el consumidor, por lo que se requiere la elaboración de uno o varios estudios empíricos con muestras de consumidores.

POSIBLES TEMAS DE TRABAJOS FIN DE GRADO

- COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR MULTICANAL I
Profesores: CARLOS ORÚS
Suplente: Javier Sesé
Nº de trabajos ofertados: 1
- COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR MULTICANAL II
Profesor: CARLOS ORÚS
Suplente: Carlos Flavián
Nº de trabajos ofertados: 1



OFERTA DE TRABAJOS FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO 2016-2017

GRADO AL QUE VA DIRIGIDA LA OFERTA

Grado en Marketing e Investigación de Mercados

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Comercialización e Investigación de Mercados

DEPARTAMENTO

Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

LÍNEA DE TRABAJO

Estrategias de marketing relacional, CRM y gestión del valor del cliente

NÚMERO DE TRABAJOS FIN DE GRADO

7

BREVE DESCRIPCIÓN

Esta línea tiene como principal objetivo el análisis de la gestión de las relaciones con los clientes, abordando su estudio desde un punto de vista estratégico, de forma que las empresas puedan maximizar la rentabilidad y el valor de los clientes. En los últimos años las empresas han tomado conciencia de que el factor diferencial en los negocios no son los productos que se comercializan, sino los clientes con los que mantenemos relaciones. El objetivo, por tanto, es poder gestionar las relaciones con cada cliente de manera personalizada, tratando de implicarlos y mejorar su satisfacción para que así: compren más, adquieran productos complementarios o de mayor valor, recomienden la empresa a otros clientes, y ayuden en la co-creación de productos y servicios. Algunos de los temas que se abordan en esta línea incluyen: la fidelización del cliente, el comportamiento de compra multicanal, el boca-a-oreja, los programas de fidelización, las recomendaciones incentivadas, la co-creación de productos y servicios, la gestión de las quejas y situaciones insatisfactorias, o la gestión estratégica de los precios.

POSIBLES TEMAS DE TRABAJOS FIN DE GRADO

- Marketing Relacional I
Profesor: F. Javier Sesé Oliván
Suplente: Laura Lucía Palacios
Nº de trabajos ofertados: 3
- Marketing Relacional II
Profesor: F. Javier Sesé Oliván
Suplente: Carlos Orús Sanclemente
Nº de trabajos ofertados: 2
- Marketing Relacional III
Profesor: Laura Lucía Palacios
Suplente: F. Javier Sese Oliván
Nº de trabajos ofertados: 2