

Tutor/a	Places	Línia temàtica	Descripció	Grup
Susana Marín	8	Tècniques estadístiques en l'entorn empresarial	L'objectiu del treball és l'aplicació, per part de l'alumne, de tècniques estadístiques a situacions reals en el món de l'empresa per facilitar la presa de decisions, fent ús de bases de dades reals relacionades amb els diferents àmbits funcionals d'una empresa i que puguin estar a l'abast de l'estudiant.	AA
Maria Jesús Rondán	3	Tècniques estadístiques en l'entorn empresarial	L'objectiu del treball és l'aplicació, per part de l'alumne, de tècniques estadístiques a situacions reals en el món de l'empresa per facilitar la presa de decisions, fent ús de bases de dades reals relacionades amb els diferents àmbits funcionals d'una empresa i que puguin estar a l'abast de l'estudiant.	AB
Elena Rico	4	L'anàlisi de dades en un context empresarial	L'objectiu del treball és que l'alumne es familiaritzi amb el tractament de bases de dades reals relacionades amb els diferents àmbits funcionals d'una empresa i que faci una explotació estadística de les mateixes. Concretament, es proposa l'anàlisi fonts de dades que apareguin als Instituts d'Estadística/ organismes públics/ i bases de dades internes d'empreses.	AC
Gabriel Segura	15	Temes claus en les reformes fiscals	Els sistemes fiscals estat sotmesos a un procés continu de reformes tant per raons més econòmiques com per motius més de caire polític. Quines són aquestes reformes fiscals, quines implicacions tenen i quines propostes alternatives es poden fer, són algunes de les preguntes que es volen analitzar en els treballs fi de grau.	BA
Gemma García Brosa	8	La competitivitat de l'empresa espanyola	Analitzar la capacitat competitiva del teixit empresarial espanyol en l'actualitat i determinar els aspectes clau que poden incidir en la millora de la competitivitat de les empreses en un entorn globalitzat com és l'actual.	BC

Tutor/a	Places	Línia temàtica	Descripció	Grup
Vidal Martinez, Isabel	4	La gestió de serveis públics per a entitats del tercer sector	Estudi de col·laboracions entre les administracions públiques, les organitzacions no lucratives, cooperatives i empreses socials en la prestació de serveis públics. Els àmbits poden ser molt diversos. Per exemple, sanitat, gestió de centres cívics, serveis a joves i adolescents en risc, tercera edat, educació....L'estudiant podrà escollir l'àmbit de treball.	CA
Vidal Martinez, Isabel	4	Economia Social, Cooperatives i entitats del tercer sector	Estudi de cooperatives agràries, de treball associat, de consum, de crèdit , de serveis, centres especials de treball, empreses d'inserció social pel treball, associacions , fundacions corporatives i fundacions que treballen amb les administracions públiques en la prestació de serveis. L'estudiant escull el tipus d'empresa social que vol estudiar.	CB
Bernardos Dominguez, Gonzalo	8	Anàlisi de l'estratègia empresarial	L'objectiu d'aquest treball fi de grau consistirà en l'anàlisi de l'estratègia d'una empresa o un sector econòmic durant un període de temps. Per exemple: Zara, Mango, H & M, El Corte Inglés, etc.; Mc Donalds, Burger King, 100 Montaditos, etc.; La Caixa, Banco de Santander, BBVA, etc; Amazon, Google, Yahoo, Idealista, Barrabés, etc. ; el sector automobilístic a Europa i Estats Units (2001 – actualitat); la banca a Espanya (2001 – actualitat)	CC

Tutor/a	Places	Línia temàtica	Descripció	Grup
Argelés Fernández, Emili	15	Análisis sectorial de la economía catalana y española, basada en las cuentas anuales de empresas	Análisi sectorial de l'economía catalana i espanyola, basar en la informació financera i no financera empresarial	DA
Fuentes Moreno, Enrique	15	Desenvolupament d'idees de negoci i plans d'empresa	L'objectiu d'aquest TFG és identificar i analitzar una oportunitat de negoci, tant des de la perspectiva de la seva viabilitat tècnica, comercial com econòmic-financera. L'estudiant haurà de desenvolupar els procediments i estratègies necessàries per poder transformar una idea de negoci en un projecte empresarial concret. Es valorarà tant la temàtica escollida, elaboració formal del projecte, la seva innovació, la rendibilitat i viabilitat del negoci, els aspectes de millora social, i l'impacte ecològic i de sostenibilitat.	JA
Ortega Portela, Beatriz	8	Desenvolupament d'idees de negoci i plans d'empresa	L'objectiu d'aquest TFG és identificar i analitzar una oportunitat de negoci, tant des de la perspectiva de la seva viabilitat tècnica, comercial com econòmic-financera. L'estudiant haurà de desenvolupar els procediments i estratègies necessàries per poder transformar una idea de negoci en un projecte empresarial concret. Es valorarà tant la temàtica escollida, elaboració formal del projecte, la seva innovació, la rendibilitat i viabilitat del negoci, els aspectes de millora social, i l'impacte ecològic i de sostenibilitat.	JB

Tutor/a	Places	Línia temàtica	Descripció	Grup
Torres Martínez, Agustín	8	Desenvolupament d' idees de negoci i plans d'empresa	L'objectiu d'aquest TFG és identificar i analitzar una oportunitat de negoci. tant des de la perspectiva de la seva viabilitat tècnica, comercial com econòmic-financera. L'estudiant haurà de desenvolupar els procediments i estratègies necessàries per poder transformar una idea de negoci en un projecte empresarial concret. Es valorarà tant la temàtica escollida, elaboració formal del projecte, la seva innovació, la rendibilitat i viabilitat del negoci, els aspectes de millora social, i el impacte ecològic i de sostenibilitat.	JC
Ballesta, Luis	7	Desenvolupament d' idees de negoci i plans d'empresa	L'objectiu d'aquest TFG és identificar i analitzar una oportunitat de negoci. tant des de la perspectiva de la seva viabilitat tècnica, comercial com econòmic-financera. L'estudiant haurà de desenvolupar els procediments i estratègies necessàries per poder transformar una idea de negoci en un projecte empresarial concret. Es valorarà tant la temàtica escollida, elaboració formal del projecte, la seva innovació, la rendibilitat i viabilitat del negoci, els aspectes de millora social, i el impacte ecològic i de sostenibilitat.	JD
Vila Márquez, Fátima	8	Estratègies del màrqueting. Màrqueting online	Els treballs d'aquesta temàtica tenen per objectiu tenir una visió general del món online i del màrqueting a Internet. Realitzar un Pla de Màrqueting online (Social Media Màrqueting i Publicitat) i integrar-lo dins del Pla de Màrqueting o Estratègic de la companyia.	KA

Tutor/a	Places	Línia temàtica	Descripció	Grup
Mestres Carbonell, Laura	7	Estratègies del màrqueting. Màrqueting online	Els treballs d'aquesta temàtica tenen per objectiu tenir una visió general del món online i del màrqueting a Internet. Realitzar un Pla de Màrqueting online (Social Media Màrqueting i Publicitat) i integrar-lo dins del Pla de Màrqueting o Estratègic de la companyia.	KB
Forgas Coll, Santiago	8	Direcció de màrqueting	A la temàtica Direcció de Màrqueting s'engloben tots i cadascun dels aspectes i les eines del màrqueting que son capaces de millorar la presa de decisions dels responsables de màrqueting. Per tant es poden estudiar temàtiques com el comportament del consumidor, nous productes, anàlisi de preus, comunicació... i tant en entorns offline com online.	KC
Montanera Mateo, Ramón	7	Direcció de màrqueting	A la temàtica Direcció de Màrqueting s'engloben tots i cadascun dels aspectes i les eines del màrqueting que son capaces de millorar la presa de decisions dels responsables de màrqueting. Per tant es poden estudiar temàtiques com el comportament del consumidor, nous productes, anàlisi de preus, comunicació... i tant en entorns offline com online.	KD
Serrat Vidal, David	8	Direcció de màrqueting	A la temàtica Direcció de Màrqueting s'engloben tots i cadascun dels aspectes i les eines del màrqueting que son capaces de millorar la presa de decisions dels responsables de màrqueting. Per tant es poden estudiar temàtiques com el comportament del consumidor, nous productes, anàlisi de preus, comunicació... i tant en entorns offline com online.	KE

Tutor/a	Places	Línia temàtica	Descripció	Grup
Carreira Gutiérrez, Paz	7	Estratègies del màrqueting. Màrqueting online	Els treballs d'aquesta temàtica tenen per objectiu tenir una visió general del món online i del màrqueting a Internet. Realitzar un Pla de Màrqueting online (Social Media Màrqueting i Publicitat) i integrar-lo dins del Pla de Màrqueting o Estratègic de la companyia.	KF
Hervello Ibáñez, Elaine	8	Estratègies de marca: llançament-(re)posicionament marca	Aquesta temàtica engloba la estratègia de branding, màrqueting i comunicació enfocada al llançament, relançament o reposicionament de qualsevol tipus de marca: marca de producte o servei de gran consum; marca territorial (marca país, marca ciutat, marca denominació d'origen..); marca personal (esportista, artista..), marca cultural (museu, festival musical..), marca sector ONG	KG
Solé Moro, M ^a Lluïsa	8	Estratègies del màrqueting: Comunicació	Les diferents eines de la comunicació de màrqueting (publicitat, promoció de vendes, màrqueting directe, relacions públiques) són utilitzades per les empreses i altres organitzacions en els seus plans de comunicació per contribuir a assolir els objectius de màrqueting i generals d'aquestes. En aquesta línia de TFG els estudiants hauran de realitzar un pla de comunicació relatiu a un producte, servei, empresa, etc.	KH

Tutor/a	Places	Línia temàtica	Descripció	Grup
Vizuete Lozano, Emili	8	Estratègies del màrqueting. Presa de decisions en màrqueting esportiu	Les entitats esportives tant oferents d'oci com generadores d'espectacle reclamen, cada vegada més, especialistes en Màrqueting no només capaços de gestionar adequadament la captació de recursos, sinó també de millorar les tècniques que els professionals utilitzen. El nostre objectiu és satisfer o millorar aquests aspectes	KI
Bravo Almirall, Aida	15	Desenvolupament d'idees de negoci i plans d'empresa.	L'objectiu d'aquest TFG és identificar i analitzar una oportunitat de negoci. Estudiar la viabilitat tècnica, econòmica i financera d'aquesta idea i desenvolupar tots els procediments i estratègies necessàries per transformar aquesta oportunitat de negoci en un projecte empresarial concret.	LA
Rafecas Rafecas, Joana	10	Desenvolupament d'idees de negoci i plans d'empresa.	L'objectiu d'aquest TFG és identificar i analitzar una oportunitat de negoci. Estudiar la viabilitat tècnica, econòmica i financera d'aquesta idea i desenvolupar tots els procediments i estratègies necessàries per transformar aquesta oportunitat de negoci en un projecte empresarial concret.	LB
García Pascual, Juan Carlos	7	Desenvolupament d'una idea de negoci: Business Model Canvas	L'objectiu d'aquest TFG és identificar i analitzar una idea de negoci. Analitzar la viabilitat econòmica, financera, tècnica i comercial d'aquesta idea mitjançant la implementació de l'eina <i>Business Model Canvas</i>	LC
Rodés Rodés, M ^a Isabel	15	Organització d'empreses. Empresa familiar	L'objectiu d'aquesta temàtica és l'estudi i aprofundiment d'aquells temes que afecten a les empreses familiars, responsabilitat social corporativa, valors i estratègia d'empreses multifamiliars.	LD

Tutor/a	Places	Línia temàtica	Descripció	Grup
Sevy Elías, Alejandro	11	Desenvolupament d'idees de negoci i plans d'empresa.	L'objectiu d'aquest TFG és identificar i analitzar una oportunitat de negoci. Estudiar la viabilitat tècnica, econòmica i financera d'aquesta idea i desenvolupar tots els procediments i estratègies necessàries per transformar aquesta oportunitat de negoci en un projecte empresarial concret.	LE
Mañé Estrada, Aurèlia	4	Anàlisi dels efectes de les polítiques econòmiques d'un país (no Espanya) sobre els principals indicadors macroeconòmics	Per al país seleccionat, caldrà recollir informació sobre les característiques generals del país i de les polítiques econòmiques (monetària, fiscal, de comerç exterior, etc.) seguides en els darrers 10 anys, així com de l'evolució dels principals indicadors macroeconòmics en aquest període. A partir de totes aquestes dades, s'haurà de fer una anàlisi dels efectes de les polítiques aplicades en els indicadors estudiats, així com de la coherència d'aquestes polítiques amb els objectius que es pretenien	MA
Colom, Artur	8	Economies Emergents: auge i declivi d'una estratègia de desenvolupament i/o anàlisi del paper d'una Organització Econòmica Internacional (OEI) en relació a un problema concret.	El procés de creixement que han experimentat les darreres dècades les economies emergents, els anomenats BRICs, comporten sovint un procés de desenvolupament desigual dins un mateix país associat a la desigualtat socioeconòmica. A la vegada, la desacceleració que pateixen aquestes economies els darrers anys qüestionen la sostenibilitat del propi model de desenvolupament, fent-se evident moltes de les debilitats estructurals de la pròpia estratègia.	MB

Tutor/a	Places	Línia temàtica	Descripció	Grup
Carreras Marín, Anna	4	El creixement econòmic en perspectiva històrica	Els alumnes que realitzin el TFG sobre “El creixement econòmic en perspectiva històrica” tindran l’oportunitat d’aproximar-se a problemàtiques i temes contemporanis a partir d’una anàlisi de llarg termini. Per exemple, l’alumne podrà desenvolupar aspectes relacionats amb les causes que han permès augmentar la riquesa d’uns països, l’abast i les arrels de la present crisi econòmica en comparació amb altres períodes en els que també s’ha produït una depressió de l’economia, l’evolució de la desigualtat en el llarg termini o l’impacte de les diferents polítiques econòmiques en contextos històrics determinats, entre molts altres temes. També pot analitzar aspectes vinculats a l’empresa internacional. i, d’aquesta manera, vincular la dinàmica empresarial amb transformacions institucionals, tecnològiques o d’altres tipus.	MC
Sarrasí Vizcarra, Javier	8	Assegurances. Productes, tarifes i mercat	Aquesta temàtica comprèn tots aquells continguts que tenen relació amb les operacions actuàries, també anomenades d’assegurances, tant en la branca de vida, com poden ser les assegurances de defunció, rendes de supervivència, invalidesa, dependència, etc., com en la branca no vida, com les assegurances d’autos, de llar, de responsabilitat civil, etc. Els treballs poden fer referència a l’aspecte tècnic d’aquest tipus d’operacions: càlcul de primes, provisions i cobertures de reassegurança, i/o al seu aspecte comercial: característiques comercials dels productes que s’ofereixen en el mercat i el seu desenvolupament en aquest.	NA

Tutor/a	Places	Línia temàtica	Descripció	Grup
Boj del Val, Eva	7	Assegurances. Productes, tarifes i mercat	Aquesta temàtica comprèn tots aquells continguts que tenen relació amb les operacions actuàries, també anomenades d'assegurances, tant en la branca de vida, com poden ser les assegurances de defunció, rendes de supervivència, invalidesa, dependència, etc., com en la branca no vida, com les assegurances d'autos, de llar, de responsabilitat civil, etc. Els treballs poden fer referència a l'aspecte tècnic d'aquest tipus d'operacions: càlcul de primes, provisions i cobertures de reassegurança, i/o al seu aspecte comercial: característiques comercials dels productes que s'ofereixen en el mercat i el seu desenvolupament en aquest.	NB