

GRUPS	Tutor/a	Tutor/a (e-mail)	Places	Línia temàtica	Descripció	Idioma
AB	Rondan Toldra, Maria Jesus	mjrondan@ub.edu	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.	Català, Castellà
FA	Andre Romero, Maria Encarnacion	andre@ub.edu	5	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.	Català, Castellà
FB	Arcarons Bullich, Jordi	jordi_arcarons@ub.edu	7	Tècniques estadístiques i econòmiques en l'entorn empresarial	L'objectiu del treball és l'aplicació, per part de l'alumne, de tècniques estadístiques i econòmiques a situacions reals en el món de l'empresa per facilitar la presa de decisions, fent ús de bases de dades reals.	Català, Castellà
FC	Rico Gomez, Elena	erico@ub.edu	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 de fonts de dades que apareguin als Instituts d'Estadística/ organismes públics/ i bases de dades internes d'empreses.	Català, Castellà
FE	Garcia Solera, Marcelino	mgarcia@ub.edu	4	Tècniques estadístiques i econòmiques en l'entorn empresarial	L'objectiu del treball és l'aplicació, per part de l'alumne, de tècniques estadístiques i econòmiques a situacions reals en el món de l'empresa per facilitar la presa de decisions, fent ús de bases de dades reals.	Català, Castellà
FF	Claveria Gonzalez, Oscar	oclaveria@ub.edu	2	Anàlisi econòmica i previsió de comerç, IED, migració, ocupabilitat i turisme	Els estudiants que vulguin realitzar el TFG seguint aquesta línia de recerca desenvoluparan una anàlisi empírica de temes relacionats amb l'economia aplicada des d'una perspectiva internacional, com ara els determinants dels fluxos comercials, les decisions d'ubicació de les empreses, els impactes de la IED, els motors de la migració, els determinants de l'ocupabilitat i els anàlisis dels fluxos turístics. El TFG ha de tenir una clara relació amb aquests camps, però s'anima l'estudiant a proposar temes alternatius adequats als seus interessos i coneixements específics, tot i que en tot cas caldrà un ús intensiu de les tècniques estadístiques i econòmiques apreses a la titulació. El TFG ha de contenir una descripció del que sabem actualment sobre el tema seleccionat, afegir una discussió teòrica adequada als problemes específics analitzats i discutir-ho a la llum de l'evidència empírica obtinguda.	Català, Castellà
GA	Riambau Armet, Guillem	griambau@ub.edu	7	Economia del comportament i reptes de les societats actuals	Durant les dues darreres dècades, governs i think tanks de tot el món han començat a fer servir eines sorgides de "Behavioral Economics" (economia del comportament) per tal d'aconseguir modular el comportament dels ciutadans cap a diferents objectius, típicament socialment òptims (per exemple, campanyes per fer passes o informació sobre el contingut calòric de diversos aliments). En aquesta línia s'estudiaran tota mena d'iniciatives que facin servir eines de la psicologia i l'economia per tal de canviar el comportament dels ciutadans.	català, Anglès
GB	Ceniceros Gratis, Angel Maria	amceniceros@ub.edu	2	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.	Castellà

GRUPS	Tutor/a	Tutor/a (e-mail)	Places	Línia temàtica	Descripció	Idioma
GC	Abad Ribalta, Joan-Anton	joan-anton.abad@ub.edu	5	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.	Català, Anglès
GD	Collado Muñoz, Javier	javier.collado@ub.edu	7	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.	Castellà
GE	Garcia Solanas, Maria Antonia	mantoniagarcia@ub.edu	5	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.	Castellà
HA	Mascarilla Miro, Oscar	omascarilla@ub.edu	8	Temes d'economia urbana i Anàlisi econòmica dels Mercats immobiliaris	En aquesta línia de TFGs es proposa analitzar algunes de les següents qüestions: particularitats dels béns no comercialitzables; la decisió d'on anar a viure? Què explica la preferència per la compra o el lloguer d'un habitatge? Quines polítiques econòmiques faciliten l'accés al habitatge? Quina és la relació entre demografia preus d el habitatge? Com finançar la compra d'un habitatge? Hipoteca inversa	Català
HB	Costa Valles, Manuel	mcostav@ub.edu	4	Análisis de la desigualdad	El análisis económico de la desigualdad se centra, sobre todo, en el estudio de la distribución de la renta y de la riqueza. Temas englobables dentro del análisis de la desigualdad serían los siguientes: Discriminación en el mercado laboral: por género, etnia, edad, apariencia, etc. Relación entre innovación tecnológica y dispersión de los ingresos. Desigualdad entre los países: nivel de desarrollo. Desigualdad dentro de un país: desigualdad en la distribución de la renta (normalmente medida por el Índice de Gini) o posesión de la riqueza. Segregación espacial por nivel de renta: urbanismo y economía.	Català, Castellà
HC	Tremosa Balcells, Ramon	rtremosa@ub.edu	4	Integració europea (comercial i monetària) i economia catalana.	Estudi de l'impacte (beneficis i costos) per a l'economia de Catalunya del procés històric d'integració comercial i monetària de la zona euro	Català, Castellà
HD	Teignier Baque, Marc	marc.teignier@ub.edu	2	Urbanització i canvi estructural	Relació entre urbanització i canvis en la composició sectorial	Català, Castellà, Anglès
HE	Teignier Baque, Marc	marc.teignier@ub.edu	2	Macroeconomia i desigualtats de gènere	Relació entre les desigualtats de gènere i la macroeconomia	Català, Castellà, Anglès
PA	Guerrero Martinez, Agustin	a.guerrero@ub.edu	7	Anàlisi sectorial basat en els comptes anuals de les empreses.	Anàlisi d'un sector a partir d'un estudi qualitatiu i un anàlisi quantitatiu basat en el balanç de situació, compte d'exploració i ràtios econòmiques i financeres de les seves principals empreses.	Castellà
PB	Argeles Fernandez, Emilio Jesus	emili.argeles@ub.edu	1	Análisis de la eficacia de la gestión de tesorería en la gestión empresarial.	Análisis de la eficacia de la gestión de tesorería en la gestión empresarial.	Català, Castellà
PC	Argeles Fernandez, Emilio Jesus	emili.argeles@ub.edu	1	Análisis de la gestión de la cadena de suministro en la contabilidad empresarial.	Análisis de la gestión de la cadena de suministro en la contabilidad empresarial.	Català, Castellà

GRUPS	Tutor/a	Tutor/a (e-mail)	Places	Línia temàtica	Descripció	Idioma
PD	Argeles Fernandez, Emilio Jesus	emili.argeles@ub.edu	1	Análisis de la gestión de la calidad en la contabilidad empresarial.	Análisis de la gestión de la calidad en la contabilidad empresarial.	Català, Castellà
PE	Argeles Fernandez, Emilio Jesus	emili.argeles@ub.edu	1	Análisis de la influencia de la normativa contable en la toma de decisiones empresariales.	Análisis de la influencia de la normativa contable en la toma de decisiones empresariales.	Català, Castellà
PF	Argeles Fernandez, Emilio Jesus	emili.argeles@ub.edu	1	Análisis de la relación entre la gestión de costos y la rentabilidad empresarial.	Análisis de la relación entre la gestión de costos y la rentabilidad empresarial.	Català, Castellà
PG	Argeles Fernandez, Emilio Jesus	emili.argeles@ub.edu	1	Análisis de la relación entre la gestión financiera y el rendimiento empresarial.	Análisis de la relación entre la gestión financiera y el rendimiento empresarial.	Català, Castellà
PH	Argeles Fernandez, Emilio Jesus	emili.argeles@ub.edu	1	Análisis del impacto de la contabilidad en la responsabilidad social corporativa.	Análisis del impacto de la contabilidad en la responsabilidad social corporativa.	Català, Castellà
PI	Argeles Fernandez, Emilio Jesus	emili.argeles@ub.edu	1	Análisis del uso de la tecnología en la contabilidad empresarial.	Análisis del uso de la tecnología en la contabilidad empresarial.	Català, Castellà
PJ	Montserrat Querol, Carme	carmemonserrat@ub.edu	1	Auditoria i sostenibilitat	Abordar temes com l'auditoria financera, interna o operativa, i la seva rellevància en la presa de decisions, en el món professional o empresarial. La Sostenibilitat Empresarial i Desenvolupament Sostenible es centra en com les empreses poden integrar pràctiques sostenibles en les seves operacions i estratègies de negoci per promoure un creixement econòmic equitatiu, socialment responsable i respectuós amb el medi ambient. També l'estudi de l'impacte que tindrà la normativa sobre sostenibilitat recentment aprovada.	Català
QA	Navarro Brion, Miguel Angel	mnavarrob@ub.edu	8	Desenvolupament d'idees de negoci i pla 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 econòmico-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.	Català, Castellà
QB	Bachs Ferrer, Jorge	jbachs@ub.edu	6	Sistemes d'informació a l'empresa	Els sistemes d'informació son avui una eina bàsica per el desenvolupament de les empreses, per prendre decisions estratègica , posicionar-se al mercat i ser molt mes eficiències. Analitzar empreses o grups d' empreses , Sectors , Líneas de productes, marques,... poden ajudar a comprendre la importància del SII.	Català, Castellà
QC	Navarro Brion, Miguel Angel	mnavarrob@ub.edu	7	Anàlisi econòmico-financera d'empreses a nivell nacional o global	La actual CEO de la empresa, Katrine Joysen, quiere asegurarse que la empresa sea más rentable en el futuro. Para ello te está delegando la responsabilidad por los dos productos principales – Teddy Bear y Race Car para Finlandia, Estados Unidos y Francia durante los próximos años. ¿Te atreves?	Català, Castellà

GRUPS	Tutor/a	Tutor/a (e-mail)	Places	Línia temàtica	Descripció	Idioma
QD	Cervera de la Varga, Victor	cervera@ub.edu	8	Desenvolupament d' idees de negoci i pla 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.	Català, Castellà
QF	Llacay Pintat, Barbara	bllacay@ub.edu	8	Mercats i Instruments Financers	La temàtica de Mercats i Instruments Financers dona la possibilitat a l'estudiant de realitzar un anàlisi del funcionament de qualsevol dels mercats que configuren el sistema financer així com de les possibilitats que ofereix tant des de la perspectiva d'estratègies de cobertura com d'especulació.	Català, Castellà
RA	Forgas Coll, Santiago	santiago.forgas@ub.edu	7	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, si no també de millorar les tècniques que els professionals utilitzen. El nostre objectiu és satisfer o millorar aquests aspectes	Català, Castellà
RB	Huertas Garcia, Ruben	rhuertas@ub.edu	8	Investigació de mercats per a la indústria 4.0	Línia enfocada cap a l'estudi i la investigació dels efectes que poden tenir les aplicacions de les tecnologies de l'anomenada Indústria 4.0 (intel·ligència artificial, l'adopció tecnològica d'equipaments robòtics, assistents intel·ligents, la realitat augmentada, la realitat virtual, etc.) per millorar la comercialització de productes o serveis. Com poden ajudar al màrqueting a crear valor, A més, es considerarà l'ús de les tècniques d'investigació de mercats per valorar els resultats, com per exemple, l'aplicació de mesures per avaluar la satisfacció, la lleialtat, la rendibilitat, o la confiança entre d'altres.	Català, Castellà, Anglès
RC	ZZZ - Pendent professor Marqueting	0	7	Estratègies del màrqueting: Presa de decisions de producte	Aquesta temàtica inclou l'anàlisi de màrqueting i eines (quantitatives i qualitatives) per la presa de decisions sobre el llançament de nous productes, innovació de productes, reposicionament de productes, etc	
RD	ZZZ - Pendent professor Marqueting	0	8	Direcció de màrqueting	A la temàtica Direcció de Màrqueting s'engloben tots i cadascun dels aspectes i les eines del màrqueting que son capaços 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	
RE	Orsola De Los Santos, Sandra	sandraorsola@ub.edu	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	Català, Castellà

GRUPS	Tutor/a	Tutor/a (e-mail)	Places	Línia temàtica	Descripció	Idioma
RF	Fontelles Galera, Meritxell	mfontelles@ub.edu	8	Investigació de mercats	<p>Els treballs d'aquesta temàtica tenen per objectiu posar en pràctica la investigació de mercats com a disciplina del màrqueting i de la presa de decisions en el món empresarial. Decisions que afecten a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La demanda i les vendes (mix): Determinar la demanda total del mercat d'un mercat o una marca, determinar la demanda total del mercat d'un grup de productes afins, un sector o àrea de negoci, participació d'establiments (marques) al mercat. Previsions de vendes. Estratègies de preus. • El comportament del consumidor: Motivacions de compra, persones que influeixen i decideixen en la compra, actituds i intencions dels clients / consumidors, hàbits de compra, estils de vida, satisfacció dels clients / consumidors, baixes i reclamacions de clients, característiques sociodemogràfiques / socioeconòmiques i psicològiques dels clients, segmentació estratègica i anàlisi de tipologies de consumidors. • Productes, Serveis, establiments (mix): Creació de nous serveis, modificació de serveis, test de concepte de nous serveis, test de marca, nom, logotip, imatge... • La publicitat i la comunicació (mix): Influència de la publicitat en el comportament dels clients / consum. / Compradors, determinació de l'audiència dels mitjans, realització de pretest i posttest publicitaris, mesurament de l'eficàcia publicitària, relació entre inversió publicitària i vendes del producte, comunicació en el lloc de venda, imatge i posicionament de marques. 	Català, Castellà
RG	Aymerich i Martinez, Jordi	jaymerich@ub.edu	8	Investigació de mercats	<p>Els treballs d'aquesta temàtica tenen per objectiu posar en pràctica la investigació de mercats com a disciplina del màrqueting i de la presa de decisions en el món empresarial. Decisions que afecten a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La demanda i les vendes (mix): Determinar la demanda total del mercat d'un mercat o una marca, determinar la demanda total del mercat d'un grup de productes afins, un sector o àrea de negoci, participació d'establiments (marques) al mercat. Previsions de vendes. Estratègies de preus. • El comportament del consumidor: Motivacions de compra, persones que influeixen i decideixen en la compra, actituds i intencions dels clients / consumidors, hàbits de compra, estils de vida, satisfacció dels clients / consumidors, baixes i reclamacions de clients, característiques sociodemogràfiques / socioeconòmiques i psicològiques dels clients, segmentació estratègica i anàlisi de tipologies de consumidors. • Productes, Serveis, establiments (mix): Creació de nous serveis, modificació de serveis, test de concepte de nous serveis, test de marca, nom, logotip, imatge... • La publicitat i la comunicació (mix): Influència de la publicitat en el comportament dels clients / consum. / Compradors, determinació de l'audiència dels mitjans, realització de pretest i posttest publicitaris, mesurament de l'eficàcia publicitària, relació entre inversió publicitària i vendes del producte, comunicació en el lloc de venda, imatge i posicionament de marques. 	Català, Castellà, Anglès
RH	Jolonch Palau, Fco. Javier	xjolonchp@ub.edu	4	Leading and planning international marketing strategies	<p>The topic of leading and planning marketing strategies includes marketing analysis and tools (quantitative and qualitative) able of improving the marketing manager decision-making process. Therefore, topics such as consumer's behaviour, new product development, brand positioning, price architecture, corporate communication or even growth and country-brand strategies can be studied, both in offline and online environments.</p>	Anglès

GRUPS	Tutor/a	Tutor/a (e-mail)	Places	Línia temàtica	Descripció	Idioma
RI	Ara, Patrizia Marina	patriciaara@ub.edu	15	Estratègies del màrqueting	En el marc econòmic actual, les empreses necessiten millorar els seus recursos i coneixements en el camp comercial i del màrqueting per augmentar la seva competitivitat comercial. El objectiu d'aquesta temàtica es que els alumnes portin a la practica com dissenyar estratègies de segmentació, formular l'estratègia de posicionament i la proposta de valor del negoci, identificar oportunitats de negoci en el context actual, etc.	Castellà, Anglès
RJ	Vizuetel Luciano, Emilio	evizuetel@ub.edu	8	Estratègies del màrqueting. Màrqueting TIC	Aquesta línia de TFG té l'objectiu de comprendre el que està passant en la teoria de màrqueting davant aquelles organitzacions que incorporen les TIC en les seves pràctiques empresarials. En aquest sentit, estudiar l'impacte de les TIC en la disciplina del màrqueting permetrà replantejar les estratègies i tàctiques que conserven les empreses davant d'una nova societat, nous productes i nous consumidors.	Català, Castellà
RK	Vazquez Gomez, Maria Dolores	mdvazquez@ub.edu	8	Estratègies del màrqueting. Màrqueting internacional	En un entorn tan incert i canviant com en el que ens trobem, les empreses no poden tancar-se portes d'entrada a nous mercats, ja siguin consolidats o emergents, doncs els mercats nacionals cada vegada son més reduïts. Seguint aquest argument els alumnes de TFG d'aquesta temàtica tindran que desenvolupar un projecte d'Internacionalització d'un producte que lis permetrà desenvolupar els coneixements adquirits durant els seus estudis i adquirir-ne de nous sobre el que s'ha de tenir en compte per entrar en un nou Mercat.	Català, Castellà
RL	Xanco Grau, Silvia	silvia.xanco@ub.edu	8	Estratègies del màrqueting. Màrqueting internacional	En un entorn tan incert i canviant com en el que ens trobem, les empreses no poden tancar-se portes d'entrada a nous mercats, ja siguin consolidats o emergents, doncs els mercats nacionals cada vegada son més reduïts. Seguint aquest argument els alumnes de TFG d'aquesta temàtica tindran que desenvolupar un projecte d'Internacionalització d'un producte que lis permetrà desenvolupar els coneixements adquirits durant els seus estudis i adquirir-ne de nous sobre el que s'ha de tenir en compte per entrar en un nou Mercat.	Català, Castellà
SA	Sierra Moran, Johana Cristina	johanasierra@ub.edu	5	Govern corporatiu i empresa familiar	L'objectiu d'aquest TFG és identificar el paper del govern corporatiu a les empreses familiars mitjançant l'anàlisi de sistemes de govern corporatiu, les seves característiques i les pràctiques més rellevants que conduïxin a un millor exercici empresarial. Estudi d'objectius i estratègies que permetin a l'empresa familiar atendre adequadament les demandes dels grups d'interès i créier a llarg termini. Comparació de pràctiques de govern corporatiu en diferents entorns que conduïxin a entendre el govern corporatiu com a facilitador i guia de bones pràctiques.	Castellà
SB	Provinciali Coelho, Matheus	mprovinciali@ub.edu	2	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.	Castellà
SC	Gutierrez Aragon, Oscar Luis	oscar.gutierrez@ub.edu	8	Organització d'Empreses	La temàtica de TFG en Organització d'empreses engloba tot un conjunt de temàtiques dins l'àrea d'organització que no estan contemplades en d'altres mencions ofertades. Així doncs, es poden encabir dins aquesta àrea temes de disseny organitzatiu i teoria organitzativa, recursos humans, gestió estratègica de persones, habilitats directives, gestió de talent, entre d'altres.	Castellà

GRUPS	Tutor/a	Tutor/a (e-mail)	Places	Línia temàtica	Descripció	Idioma
SD	Sierra Moran, Johana Cristina	johanasierra@ub.edu	5	Govern corporatiu i intel·ligència artificial	L'objectiu d'aquest TFG és identificar el paper del govern corporatiu en la gestió de la intel·ligència artificial mitjançant l'anàlisi de sistemes de govern corporatiu, les seves característiques i les pràctiques més rellevants que conduïixin a l'aprofitament responsable de la intel·ligència artificial, sota una visió crítica i conduent a un millor exercici empresarial a llarg termini. Comparació de pràctiques de govern corporatiu en diferents entorns que conduïixin a entendre el govern corporatiu com a promotor de bones pràctiques i ús responsable de la intel·ligència artificial.	Castellà
SE	Morello Trigueros, Francisco José	fjmorello@ub.edu	15	Organització d'empreses. Empresa de serveis	Creació, desenvolupament i evolució de les empreses de serveis: Anàlisi i gestió d'empreses de serveis i les seves estratègies. Factors de competitivitat en el sectors serveis. Organització i planificació de les empreses de serveis. Internacionalització dels serveis. Màrqueting aplicat als serveis.	Català, Castellà
SG	Gutierrez Rodriguez, Manuel	manelgutierrez@ub.edu	7	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.	Català, Castellà
SH	Cadene, Mathilde	mathilde.cadene@ub.edu	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.	Castellà
SI	Jaria Chacon, Natalia	nataliajaria@ub.edu	3	Business Game	En 1895, Eric y Nicole Joysen fundaron una empresa de fabricación de coches de juguete de alta calidad, herencia de la tradición familiar. Posteriormente Nicole supervisó la creación del producto más exitoso de la empresa hasta la fecha – un Teddy Bear. En la década de los cincuenta, la empresa notó un súbito crecimiento y se expandió desde Finlandia a Francia y a Estados Unidos. Sin embargo, en los mercados extranjeros, la empresa no es tan fuerte como lo es en Finlandia.	Català, Castellà
SJ	Miravittles Matamoros, Paloma	paloma.miravittles@ub.edu	3	Business Game	En 1895, Eric y Nicole Joysen fundaron una empresa de fabricación de coches de juguete de alta calidad, herencia de la tradición familiar. Posteriormente Nicole supervisó la creación del producto más exitoso de la empresa hasta la fecha – un Teddy Bear. En la década de los cincuenta, la empresa notó un súbito crecimiento y se expandió desde Finlandia a Francia y a Estados Unidos. Sin embargo, en los mercados extranjeros, la empresa no es tan fuerte como lo es en Finlandia.	Català, Castellà
SK	Guitart Tarres, Laura	laura.guitart@ub.edu	3	Business Game	En 1895, Eric y Nicole Joysen fundaron una empresa de fabricación de coches de juguete de alta calidad, herencia de la tradición familiar. Posteriormente Nicole supervisó la creación del producto más exitoso de la empresa hasta la fecha – un Teddy Bear. En la década de los cincuenta, la empresa notó un súbito crecimiento y se expandió desde Finlandia a Francia y a Estados Unidos. Sin embargo, en los mercados extranjeros, la empresa no es tan fuerte como lo es en Finlandia.	Català, Castellà

GRUPS	Tutor/a	Tutor/a (e-mail)	Places	Línia temàtica	Descripció	Idioma
SL	Garcia Marimon, Xavier	xaviergarcia@ub.edu	3	Business Game	En 1895, Eric y Nicole Joysen fundaron una empresa de fabricación de coches de juguete de alta calidad, herencia de la tradición familiar. Posteriormente Nicole supervisó la creación del producto más exitoso de la empresa hasta la fecha – un Teddy Bear. En la década de los cincuenta, la empresa notó un súbito crecimiento y se expandió desde Finlandia a Francia y a Estados Unidos. Sin embargo, en los mercados extranjeros, la empresa no es tan fuerte como lo es en Finlandia.	
SM	Giron Latorre, Maria Asuncion	asungiron@ub.edu	7	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	Castellà
SO	Sierra Moran, Johana Cristina	johanasierra@ub.edu	5	Govern corporatiu i RSC	L'objectiu d'aquest TFG és identificar el paper del govern corporatiu a la RSC mitjançant l'anàlisi de sistemes de govern corporatiu, les seves característiques i les pràctiques més rellevants associades amb la RSC. Estudi d'objectius i estratègies que permetin a l'empresa atendre adequadament les demandes dels grups d'interès, en el marc d'un entorn sostenible. Comparació de pràctiques de govern corporatiu en diferents entorns que condueixin a entendre el govern corporatiu com a facilitador i guia de bones pràctiques a qualsevol tipus d'empresa.	Castellà
TA	Carreras Marin, Anna	annacarreramarin@ub.edu	8	El creixement econòmic en perspectiva històrica.	En aquest TFG 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 les crisis econòmiques en perspectiva històrica, 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.	Català, Castellà
UA	Orti Celma, Francisco Jose	forti@ub.edu	4	Decisions estratègiques en la distribució dels recursos econòmics i financers d'una empresa	L'objectiu d'aquest treball és l'estudi i aprofundiment d'aquells temes que l'empresa utilitza en el desenvolupament de la seva activitat. Els temes fan referència a l'estudiat en les diferents assignatures del Grau d'Administració i Direcció d'Empreses. Els temes proposats poden estar relacionats amb els àmbits de: distribució òptima de recursos, anàlisi de cues, programació de projectes, gestió de carteres de renda fixa i variable, anàlisi i selecció d'actius financers, ... També es poden fer altres temes que, per la seva importància o interès, siguin proposats per l'estudiant i acceptats pels tutors.	Català, Castellà
UB	Adillon Boladeres, Roman Jorge	adillon@ub.edu	2	Preses de decisions	Aquesta línia comprèn tots aquells continguts que tenen relació amb la Presa de decisions, tant des del punt de vista teòric com de la seva aplicació a l'economia empresarial. Poden ser treballs on es tracti d'escollir entre un nombre finit d'alternatives, on es busqui la solució de problemes empresarials utilitzant la Programació Lineal, on calgui fer arbres de decisió o també, on es cerqui la solució de conflictes d'interessos mitjançant la teoria de jocs.	Català, Castellà

GRUPS	Tutor/a	Tutor/a (e-mail)	Places	Línia temàtica	Descripció	Idioma
UC	Navas Rodenes, Jorge	jnavas@ub.edu	3	Preses de decisions	Aquesta línia comprèn tots aquells continguts que tenen relació amb la Presa de decisions, tant des del punt de vista teòric com de la seva aplicació a l'economia empresarial. Poden ser treballs on es tracti d'escollir entre un nombre finit d'alternatives, on es busqui la solució de problemes empresarials utilitzant la Programació Lineal, on calgui fer arbres de decisió o també, on es cerqui la solució de conflictes d'interessos mitjançant la teoria de jocs.	Català, Castellà
UD	Boncompte Pons, Mercedes	mboncompte@ub.edu	3	Preses de decisions	Aquesta línia comprèn tots aquells continguts que tenen relació amb la Presa de decisions, tant des del punt de vista teòric com de la seva aplicació a l'economia empresarial. Poden ser treballs on es tracti d'escollir entre un nombre finit d'alternatives, on es busqui la solució de problemes empresarials utilitzant la Programació Lineal, on calgui fer arbres de decisió o també, on es cerqui la solució de conflictes d'interessos mitjançant la teoria de jocs.	Català, Castellà
UE	Tejada Pinyol, Oriol	oriol.tejada@ub.edu	3	Preses de decisions	Aquesta línia comprèn tots aquells continguts que tenen relació amb la Presa de decisions, tant des del punt de vista teòric com de la seva aplicació a l'economia empresarial. Poden ser treballs on es tracti d'escollir entre un nombre finit d'alternatives, on es busqui la solució de problemes empresarials utilitzant la Programació Lineal, on calgui fer arbres de decisió o també, on es cerqui la solució de conflictes d'interessos mitjançant la teoria de jocs.	Català, Castellà, Anglès