

Grau	ID_Grau	ID_Assignatura	Semestre	Departament	Secció	GRUPS	Tutor/a	Tutor/a (e-mail)	Places	Línia temàtica	Descripció	Idioma
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r	Econometria, Estadística i Economia Aplicada	Econometria i estadística	AA	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; Anglès
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r	Econometria, Estadística i Economia Aplicada	Econometria i estadística	AB	Rondan Toldra, Maria Jesus	mjrondan@ub.edu	1	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; Anglès
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r	Econometria, Estadística i Economia Aplicada	Econometria i estadística	AC	Marin Feria, Susana	smarin@ub.edu	2	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
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r	Economia	Economia Pública, Economia Política i Economia Espanyola	BA	Gracia Fernandez, Jose Javier	xaviergracia@ub.edu	10	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
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r	Economia	Economia Pública, Economia Política i Economia Espanyola	BB	Fernandez Carracedo, Antonio	antoniofernandez@ub.edu	4	Innovación empresarial		Català; Castellà
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r	Economia	Teoria Econòmica	CA	Bernardos Dominguez, Gonzalo	gbernardos@ub.edu	8	Anàlisi de l'estrategia empresarial	L'objectiu d'aquest treball fi de grau consistirà en l'anàlisi de l'estrategia 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 automovilístic a Europa i Estats Units (2001 – actualitat); la banca a Espanya (2001 – actualitat)	Català; Castellà
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r	Economia	Teoria Econòmica	CB	Carreras Solanas, Maria Mercedes	m.carreras@ub.edu	4	"El paper de la dona a l'Economia"	L'objectiu d'aquest Treball de Fi de Grau (TFG) consistirà en visibilitzar i fonamentar l'aportació teòrica i pràctica de les dones a l'Economia, tant a nivell micro com macro, a partir del treball d'autores com: Elinor Ostrom, Mariana Mazuccato, Lourdes Beneria, Kate Raworth etc.	Català; Castellà; Anglès
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r	Economia	Teoria Econòmica	CC	Nifatova, Olena	olena.nifatova@ub.edu	4	Responsible consumption and green transformation in business	This research line aims to analyze how consumers respond to global sustainable development challenges and how their choices are influenced by environmental values, labels, and corporate strategies. Key research questions may include: What motivates or hinders pro-environmental consumer behavior? How effective are eco-labeling, green branding, and circular economy approaches in shifting consumption patterns? How do sustainability-related issues shape consumer decisions in key markets such as food, fashion, or others?	Anglès
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r	Empresa	Comptabilitat	DA	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'explotació i ràtios econòmiques i financeres de les seves principals empreses.	Català; Castellà
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r	Empresa	Comptabilitat	DC	Guerrero Martinez, Agustin	a.guerrero@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
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r	Empresa	Comptabilitat	DB	Argeles Fernandez, Emilio Jesus	emili.argeles@ub.edu	15	Sistemas de información contable		Català; Castellà

<u>Grau</u>	<u>ID_Grau</u>	<u>ID_Assignatura</u>	<u>Semestre</u>	<u>Departament</u>	<u>Secció</u>	<u>GRUPS</u>	<u>Tutor/a</u>	<u>Tutor/a (e-mail)</u>	<u>Places</u>	<u>Línia temàtica</u>	<u>Descripció</u>	<u>Idioma</u>
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r	Empresa	Comptabilitat	DD	Losilla Ramirez, Maximo	mflosillar@ub.edu	5	Aplicación del método del caso	L'estudiant pot escollir lliurement una temàtica que no s'hagi proposat en la llista general i un tutor específic. En aquest cas, ha de presentar un projecte de TFG ad hoc (on ha de constar el títol, els objectius i el pla de treball) signat per l'estudiant, pel professor tutor que es proposa i per la direcció del departament al qual pertany aquest docent, a més de remetre'l al coordinador de TFG a continuació.	Català; Castellà
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r	Empresa	Finances	JA	Fuentes Moreno, Enrique	efuentes@ub.edu	15	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.	Castellà
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r	Empresa	Finances	JB	Ballesta Aniorte, Luis	luisballesta@ub.edu	6	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
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r	Empresa	Finances	JC	Ortega Portela, Beatriz	beatrizortega@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
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r	Empresa	Marqueting	KC	Caba Roset, Lidia	lidiacaba@ub.edu	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.	Català; Castellà
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r	Empresa	Marqueting	KA	Carreira Gutierrez, Maria de la Paz	paz.carreira@ub.edu	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.	Català; Castellà
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r	Empresa	Marqueting	KD	Forgas Coll, Santiago	santiago.forgas@ub.edu	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.	Català; Castellà
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r	Empresa	Marqueting	KE	Hervello Ibañez, Elaine	elaine-hervello@ub.edu	8	Estratègies de marca: llançament-(re)posicionament marca	Aquesta temàtica engloba la estratègia de branding, marketing 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 (deportista, artista..), marca cultural (museo, festival musical..), marca sector ONG	Català; Castellà; Anglès

<u>Grau</u>	<u>ID_Grau</u>	<u>ID_Assignatura</u>	<u>Semestre</u>	<u>Departament</u>	<u>Secció</u>	<u>GRUPS</u>	<u>Tutor/a</u>	<u>Tutor/a (e-mail)</u>	<u>Places</u>	<u>Línia temàtica</u>	<u>Descripció</u>	<u>Idioma</u>
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r	Empresa	Marqueting	KG	Hervello Ibañez, Elaine	elaine-hervello@ub.edu	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.	Català; Castellà; Anglès
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r	Empresa	Marqueting	KI	Vizuetel Luciano, Emilio	evizuetel@ub.edu	8	Estratègies del màrqueting. Presa de decisions en màrqueting esportiu	Les entitats esportives tant oferents doci com generadores despectacle reclamen, cada vegada més, especialistes en Màrqueting no només capaços de gestionar adequadament la captació de recursos, si no també de millorar las tècniques que els professionals utilitzen. El nostre objectiu és satisfer o millorar aquests aspectes	Català; Castellà
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r	Empresa	Marqueting	KH	Sole Moro, Maria Luisa	mlsolesole@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
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r	Empresa	Marqueting	KB	Vila Marquez, Fatima de la Paz	fatimavila@ub.edu	15	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.	Castellà
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r	Empresa	Organització d'empreses	LA	Bravo Almirall, Aïda	abravoal@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
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r	Empresa	Organització d'empreses	LB	Giron Latorre, Maria Asuncion	asungiron@ub.edu	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.	Català; Castellà
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r	Empresa	Organització d'empreses	LC	Gutierrez Rodriguez, Manuel	manelgutierrez@ub.edu	8	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
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r	Empresa	Organització d'empreses	LD	Rodes Rodes, Maria Isabel	irodes@ub.edu	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.	Català; Castellà
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r	Empresa	Organització d'empreses	LE	Sevy Elias, Alejandro	alejandrosevy@ub.edu	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.	Català; Castellà
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r	Empresa	Organització d'empreses	LF	Saldaña Gonzalvo, Pilar	pilarsaldana@ub.edu	2	Aprenentatge servei aplicat a les fundacions	L'estudiant col·laborarà amb les fundacions en l'estudi de la millora els seus nivells de sostenibilitat i en el seu compliment dels ODS (objectius del desenvolupament sostenible).	Català; Castellà

Grau	ID_Grau	ID_Assignatura	Semestre	Departament	Secció	GRUPS	Tutor/a	Tutor/a (e-mail)	Places	Línia temàtica	Descripció	Idioma
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r	Història Econòmica, Institucions, Política i Economia Mundial	Història Econòmica, Institucions, Política i Economia Mundial	MC	Caum Julio, Jordi	jordi.caum@ub.edu	3	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
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r	Història Econòmica, Institucions, Política i Economia Mundial	Història Econòmica, Institucions, Política i Economia Mundial	MB	Albinyana i Saigi, Roger	albinyanaisaigi@ub.edu	3	Economia Mundial i Organitzacions Econòmiques Internacionals	La línia de recerca es amplia per tal de donar cabuda a diferents temes. Així, en el marc d'aquesta línia es podrien analitzar els canvis experimentats a l'Economia Mundial com a conseqüència de l'aparició de les anomenades economies emergents, que han anat consolidant el sorgiment i/o ampliació dels anomenats BRICS. El procés de creixement que han experimentat al llarg de les darreres dècades aquestes economies emergents sovint comporten 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. També es podria plantejar estudiar el paper que han jugat diferents OEI en diferents aspectes de l'economia mundial o, alternativament, també es podria analitzar l'evolució i/o transformació en el funcionament i/o objectius d'alguna OEI com a conseqüència dels canvis recents en l'economia mundial. Aquestes economies emergents també estan intentant generar noves i alternatives OEI, que modifiquin o fins i tot actuïn com a contrapès de les OEI existents.	Català; Castellà
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r	Història Econòmica, Institucions, Política i Economia Mundial	Història Econòmica, Institucions, Política i Economia Mundial	MA	Marti Gonzalez, Francisco Javier	xmarti@ub.edu	2	Economia Mundial i Organitzacions Econòmiques Internacionals	La línia de recerca es amplia per tal de donar cabuda a diferents temes. Així, en el marc d'aquesta línia es podrien analitzar els canvis experimentats a l'Economia Mundial com a conseqüència de l'aparició de les anomenades economies emergents, que han anat consolidant el sorgiment i/o ampliació dels anomenats BRICS. El procés de creixement que han experimentat al llarg de les darreres dècades aquestes economies emergents sovint comporten 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. També es podria plantejar estudiar el paper que han jugat diferents OEI en diferents aspectes de l'economia mundial o, alternativament, també es podria analitzar l'evolució i/o transformació en el funcionament i/o objectius d'alguna OEI com a conseqüència dels canvis recents en l'economia mundial. Aquestes economies emergents també estan intentant generar noves i alternatives OEI, que modifiquin o fins i tot actuïn com a contrapès de les OEI existents.	Català; Castellà

<u>Grau</u>	<u>ID_Grau</u>	<u>ID_Assignatura</u>	<u>Semestre</u>	<u>Departament</u>	<u>Secció</u>	<u>GRUPS</u>	<u>Tutor/a</u>	<u>Tutor/a (e-mail)</u>	<u>Places</u>	<u>Línia temàtica</u>	<u>Descripció</u>	<u>Idioma</u>
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r	Matemàtica Econòmica, Financera i Actuarial	Matemàtica Econòmica, Financera i Actuarial	NA	Boj del Val, Eva	evaboj@ub.edu	4	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.	Català; Castellà; Anglès
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r	Matemàtica Econòmica, Financera i Actuarial	Matemàtica Econòmica, Financera i Actuarial	NB	Sarrasi Vizcarra, Francisco Javier	sarrasi@ub.edu	5	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.	Català; Castellà
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r	Sociologia	Sociologia	OA	Resbier Grabulos, Eduardo	eresbier@ub.edu	4	Comportament organitzacional	Temes vinculats a Lideratge, Motivació, Gestió conflictes, manejos d'equips, estrès, assertivitat, intel·ligència emocional, presentacions, etc. vinculats a Empresa.	Català
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r			X1	ZZ - Búsqueda responsabilidad del estudiante			Ad-hoc	L'estudiant pot escollir lliurement una temàtica que no s'hagi proposat en la llista general i un tutor específic. En aquest cas, ha de presentar un projecte de TFG ad hoc (on ha de constar el títol, els objectius i el pla de treball) signat per l'estudiant, pel professor tutor que es proposa i per la direcció del departament al qual pertany aquest docent, a més de remetre'l al coordinador de TFG a continuació.	
Administració i Direcció d'Empreses	G1072	363671	1r			E1			2	EUS	EXCLUSIU PER A ESTUDIANTS DEL PROGRAMA EUS	Anglès