

GENERACIÓN	NOMBRE	TÍTULO DE TESIS
1°	Castro Cárdenas Alfonso	Plan de Marketing estratégico y estudio de factibilidad para la creación de unidad especializada en servicios neuropsicológicos y alto rendimiento en la Zona Metropolitana de Guadalajara
1°	Delgado Flores Adrián	Plan de reestructuración del área comercial de un enfoque a la producción a una con enfoque de mercado de una empresa radiofónica de la zona metropolitana de Guadalajara
1°	Hinojos Madrigal Benjamin	Estrategia de lanzamiento de un fungicida orgánico en el mercado agrícola del occidente de México: Caso ARYSTA LS ENDORSE
1°	Lavin Lozano Omar	Estrategias y plan de acciones que permitan incrementar sustancialmente el aprovechamiento de la infraestructura de la oficina comercial de TELMEX en Tuxpan
1°	Lozano Kasten Emma Margarita	Oportunidad de mercado para la "LUFFA CYLINDRICA" como artículo en la higiene personal en Canadá
1°	Morfín Martínez Mónica Areli	Factores determinantes del posicionamiento competitivo de una microempresa del giro de alimentos de fácil preparación ubicada en un mercado público de la Zona Metropolitana de Guadalajara: Caso La Palma
1°	Ojeda Luna Angélica María	Plan de servicio y relación con el cliente para una empresa dedicada a la comercialización de materias primas en la Ciudad de Guadalajara, Estudio de caso: Glinsa S. A. de C. V.
1°	Ortiz González Sandra Carmina	Percepción sobre políticas gubernamentales de empleo en Jalisco. Estudio de caso de egresados de licenciatura del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas (CUCEA) de la Universidad de Guadalajara calendarios 2008 y 2009
1°	Plaschinski Gutiérrez Alberto	Diseño de una estrategia de gestión de relaciones con los clientes (CRM) en la empresa VIER de México, S. de R. L. de C. V.
1°	Quiroz Rodríguez Jorge	Contextualización de la gestión del conocimiento de marketing (Marketing Knowledge) y la administración de las relaciones con el cliente como estrategia para el desarrollo de nuevos productos: estudio comparativo entre empresas del ramo hotelero de la Ciudad de Tepic, Nayarit y la Ciudad de Guadalajara, Jalisco
1°	Rodríguez Coronado Manuel Armando	La lealtad en las decisiones de compra en una línea aérea
1°	Ruede Alcocer Guillermo Antonio	Estudio de hábitos de consumo y percepción de la marca de sueros orales Electrolit en la zona metropolitana de Guadalajara
1°	Salcedo Magaña Ma. Elena	La calidad en el servicio como estrategia competitiva en la comercialización de los espacios publicitarios de un grupo radiofónico de la zona metropolitana de Guadalajara
1°	Urrutia Moreira Sara Minerva	Factores Motivacionales que influyen en la elección de una universidad en la Ciudad de Culiacán
1°	Vázquez Sigala Araceli	Evaluación de los alumnos de licenciatura de Artes Audiovisuales en la Universidad de Guadalajara sobre sus conocimientos en mercadotecnia y una propuesta de conocimientos básicos relativo a la materia que deben tener los futuros cineastas
2°	Arteaga Hernández Jecsan	Tinacales en la perla. Diseño de un modelo estratégico para incentivar el consumo del pulque entre los adolescentes que frecuentan la zona Minerva de Guadalajara
2°	De la Torre González José Luis	Estrategias de marketing para el departamento de ventas de una empresa dedicada a la compraventa de equipo electrónico para el control de personas y seguridad en la ciudad de Guadalajara
2°	Manzo Rico Jose Christopher	Comparativo en la efectividad entre 2 herramientas de promoción con Médicos; Medios Electrónicos Vs Medios Impresos
2°	Molina Flores Daniel	Validar los factores que influyen negativamente en el proceso de optimización de desempeño del CRM en Seiton de México, S. A. de C. V.
2°	Valladolid Castillo Brenda Esmeralda	Modelo estratégico de promoción de un organismo regulador de la calidad de la leche y sus derivados. Unidad de estudio: Organismo normalizador y evaluador de la conformidad del sector lechero en el Estado de Jalisco
3°	Alfaro Ortega Ruth Miriam	Diseño del plan de ventas para la empresa Glicerinas industriales, S. A. de C. V.
3°	González Uribe Elsa Georgina	Estudio de percepción de la satisfacción del usuario en la industria hotelera de la zona metropolitana de Guadalajara
3°	Alfaro Ortega Ruth Miriam	Diseño del plan de ventas para la empresa Glicerinas industriales, S. A. de C. V.
3°	Campos Sánchez Jorge	El profesor universitario como agente de generación de valor de marca en los estudiantes. El caso de los equipos de cómputo Apple (MAC) en alumnos de diseño para la comunicación gráfica CUAAD, Universidad de Guadalajara
3°	García Contreras Myrna Yolanda	El merchandasing y sus aplicaciones en una tienda de abarrotes de Guadalajara
3°	García Vela Gustavo Adolfo	Estrategias de mercadotecnia para posicionar a una empresa del sector de comida rápida japonesa en la zona metropolitana de Guadalajara
3°	Godínez García Jorge Alberto	Comportamiento electoral del mexicano
3°	González Uribe Elsa Georgina	Estudio de percepción de la satisfacción del usuario en la industria hotelera de la zona metropolitana de Guadalajara
3°	Huerta Hernández Leonor Concepción	Desarrollo de una estrategia comercial para la puesta en marcha de "LIFE & MEN" en Guadalajara
3°	Zepeda Hernández Sandra Luz	Diseño del plan de ventas para empresa tendencia mercadotecnia integral
4°	Contreras García Francia	Valoración del impacto de la mercadotecnia interna en la cultura organizacional
4°	Cortés Becerra Alejandro Miguel	Marketing cultural: análisis de las estrategias de marketing utilizadas en la industria cultural de ZME (Zona Metropolitana de Guadalajara)
4°	Godínez García Jorge Alberto	Comportamiento electoral del mexicano
4°	Abarca González Mónica Guadalupe	La tendencia del voto ciudadano dentro del distrito electoral local número ocho de Guadalajara, Jalisco, México
4°	Aguilar Orejel Lucina	El miedo, la frustración y la indiferencia electoral y política en la ciudad de Tepic, Nayarit, 2011
4°	Contreras García Francia	Valoración del impacto de la mercadotecnia interna en la cultura organizacional
4°	Cortés Becerra Alejandro Miguel	Marketing cultural: análisis de las estrategias de marketing utilizadas en la industria cultural de ZME (Zona Metropolitana de Guadalajara)
4°	Díaz Pérez Cristina	Utilidad de los medios de comunicación para atraer aspirantes a estudiar bachillerato y licenciatura a través de internet. Estudio de caso del Sistema de Universidad Virtual de la UdeG.
4°	Flores Maciel Osvaldo	Actitudes de propietarios y directores de medianas empresas tapatías del sector educativo respecto a la asesoría mercadológica

4°	Gaytán Rodríguez Elva Georgina	Impacto del factor ecológico en los hábitos de consumo de productos de limpieza del hogar dentro de la ZMG
4°	Gutiérrez Cabrera Mario	Análisis de la rentabilidad de la inversión en eventos presenciales dirigidos de la empresa Tallard en la zona metropolitana de Guadalajara, Jalisco
4°	Lemasson Foucher Benjamin Sylvain	Factores estratégicos para que el marketing viral -video- sea exitoso: caso CUCEA
4°	Miramontes Gutiérrez Fabiola Gabriela	Impacto de la publicidad en las ventas en MIPYMES del sector industrial y manufacturero de la cabecera municipal de Tala Jalisco
4°	Mondragón Olivos Rosa María	Branding e identidad política: estudio de los partidos políticos en México
4°	Ortega González Luz Angélica	Rasgos de consumo en los centros de entretenimiento recreativos y nocturnos del segmento pink market". Caso Autlán de Navarro, Jal.
4°	Pérez Sigala Ana Cristina	Viabilidad para la apertura de un Centro de Atención Nutricional en Cd. Guzmán, Jal.
4°	Pulido Padilla César Octavio	Valorar los efectos en los hábitos de consumo y percepciones en adultos fumadores de 18-30 años de edad de la zona metropolitana de Guadalajara, hacia marcas de cigarros a consecuencia de la nueva ley general para el control de tabaco publicada en el diario oficial de la federación (TC4) el 31 de mayo de 2009
4°	Santana Neaves Guillermo	Identificación y medición de las diez marcas de productos con mayor influencia de los bachilleres tecnológicos de Marketing de la Universidad del Valle de Atemajac (UNIVA)
4°	Zaragoza Hernández Luis Bernardo	Comparativo de las percepciones que tienen sobre el producto, servicio y atención a clientes brindado por Grupo San Carlos sus empleados, prospectos de cliente y clientes cautivos
5°	Becerra Lozano Seydi Paola	Modelo teórico metodológico de planeación estratégica de comunicación integral para establecer relaciones de cooperación y voluntariado
5°	Betancourt Guerrero María Margarita	Propuesta de estrategias para satisfacer al cliente en el servicio post-venta de autos deportivos. Caso: Distribuidor Mazda Jalisco
5°	Briseño Ruvalcaba Jose Luis	El perfil del consumidor de productos de marca privada, sus características, percepciones y rasgos psicográficos en la Zona Metropolitana de Guadalajara
5°	de la Rosa Rangel Kristhian Paul	Plan estratégico de mercadotecnia para la empresa "Capacitación y adiestramiento profesional: Asesores en recursos humanos (C.A.P.), ubicadas en la ZMG
5°	del Real Tapia Claudia	Estrategias de mercadotecnia para la promoción de la ruta del peregrino
5°	Escandón Ruíz Emmanuel Alejandro	Análisis sobre la industria manufacturera del dulce y diseño de un plan estratégico para el desarrollo de la empresa DIDULSE
5°	Jiménez Muñoz Carlos Alberto	Necesidad de competencias académicas y profesionales que enfrentan los aspirantes y egresados de la Maestría en Dirección de Mercadotecnia de la Universidad de Guadalajara
5°	Navarro López Berta Alfonsina	Estilos de vida y consumo de la mujer malabarista en los servicios educativos de sus hijos en la ZMG
5°	Pérez Nieves Ricardo Omar	Redes sociales online como tendencia de penetración en el mercado de la Zona Metropolitana de Guadalajara
5°	Ramos Esqueda Antonio	Estrategia promocional para la empresa "BEST CHOICE" para dar a conocer sus productos dentro de la Zona Metropolitana de Guadalajara
5°	Rivas de Santiago Abraham Jacob	El impacto de las estrategias ATL Y BTL en el proceso de decisión de compra de tequila del consumidor de 18 a 29 años de edad en la zona metropolitana de Guadalajara
5°	Velasco Padilla Fernando	Caracterización, análisis y propuesta de estrategias que creen valor y rentabilidad en la cadena de suministro, con enfoque de mercado de la empresa CEMEX de la zona metropolitana de Guadalajara
5°	Velázquez Mota Marisol	Investigación y análisis del plan de marketing estratégico que realizan instituciones y organizaciones no gubernamentales de productos y servicios anticonceptivos para determinar los niveles de posicionamiento, cooperación (uso o consumo) y conflicto (rechazo) dentro del Estado de Jalisco
5°	Briseño Ruvalcaba Jose Luis	El perfil del consumidor de productos de marca privada, sus características, percepciones y rasgos psicográficos en la Zona Metropolitana de Guadalajara
5°	Cano Gomez Alba Idalia	El impacto que tiene la inversión en publicidad en los resultados de las ventas de una pequeña empresa del ramo de la computación de la zona Metropolitana de Guadalajara
5°	de la Rosa Rangel Kristhian Paul	Plan estratégico de mercadotecnia para la empresa "Capacitación y adiestramiento profesional: Asesores en recursos humanos (C.A.P.), ubicadas en la ZMG
5°	Gómez Pérez Ann Ivonne	Impacto en la promoción y publicidad en el diseño del sitio web en las tiendas de conveniencia de productos orgánicos en Jalisco
5°	Navarro López Berta Alfonsina	Estilos de vida y consumo de la mujer malabarista en los servicios educativos de sus hijos en la ZMG
5°	Ruelas Ramírez Susana	Factores que influyen en el usuario para decidir sobre reparar o adquirir un nuevo celular: base para un plan estratégico de marketing aplicable a Dr. Celular de Guadalajara
5°	Velázquez Mota Marisol	Investigación y análisis del plan de marketing estratégico que realizan instituciones y organizaciones no gubernamentales de productos y servicios anticonceptivos para determinar los niveles de posicionamiento, cooperación (uso o consumo) y conflicto (rechazo) dentro del Estado de Jalisco
5°	Villagómez Huerta Elizabeth Viridiana	El branding en el posicionamiento y participación de mercado. Unidad de estudio: periódico PÚBLICO MILENIO de Guadalajara
5°	Villalpando Quezada Carlos Ernesto	Modelo de plan estratégico de marketing digital para el desarrollo de la empresa Highcom publicidad especializada en mercadotecnia por Internet a partir de la identificación del perfil de consumidor final y las necesidades de su mercado meta
6°	Araiza González José	Diseño de las estrategias de reposicionamiento de la marca de un periódico hacia las agencias de publicidad de la ZMG, Caso: "Las Escofinas".
6°	Estrada Garza Sasha Ivonne	El desvanecimiento de la industria pulquera mexicana: estrategias de marketing para incrementar sensiblemente el consumo de pulque en la Zona Metropolitana de Guadalajara con la finalidad de recuperar la industria
6°	Flores Cortés Karina Isabel	Negocios inclusivos y mercadotecnia con causa: una perspectiva de comercialización para el café de la reserva natural El Triunfo, Chiapas
6°	García Rodríguez Juan Bosco	Diseño de un modelo estratégico de marketing para una empresa armada con plata y pedrería
6°	González Gutiérrez Lucero	Estudio de factibilidad para crear una tienda de artículos de belleza femenina que proporcione servicios de asesoría de imagen y venta, mediante una web interactiva con programa de registro y base de datos Zapopan Jalisco
6°	González Romo Rosales Lizzete	Estrategias de calidad en el servicio al cliente del Antiguo Hospital Civil Fray Antonio Alcalde

6°	Herrera Guevara Rosalía Elena	Investigación para la estrategia electoral. Análisis del Distrito 11
6°	Limón del Toro Marco Antonio	Estudio de Factibilidad de Mercado para la introducción de un nuevo periódico de circulación local en Ciudad Guzmán, Jalisco
6°	Lozano García Erie Adam	Planificación y Gestión Estratégica del Centro Cultural El Refugio de Tlaquepaque para generar mayor sustentabilidad
6°	Luna Rosales Alba Zarahi	Estudio de factibilidad de mercado, para emprender una pequeña empresa de servicios de mantenimiento para infraestructura básica en Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) y hogares, en la ciudad de Fresnillo, Zacatecas
6°	Martínez Sandoval Christian Francisco	Diseño de estrategias de promoción para un centro de emprendurismo e incubación. Caso: CEI CUVALLES
6°	Medina Martínez Eva Elizabeth	Planificación y Gestión Estratégica del Centro Cultural El Refugio de Tlaquepaque para generar mayor sustentabilidad
6°	Meza Juárez Fernando José	Efecto de la imagen de responsabilidad social y la imagen de marca en la identificación consumidor-empresa y en el comportamiento de compra del mercado de la zona de Guadalajara y Zapopan
6°	Morales Del Río Cecilia	Estrategias de marketing para vías verdes Jalisco
6°	Pineda Rosas Alejandro	La transversalidad en las plataformas audiovisuales en México: determinación del mercado potencial para la comercialización de cortometraje en Guadalajara y zona metropolitana
6°	Pinto Rodríguez Joel	La construcción de una candidatura exitosa: el caso de Enrique Peña Nieto en la Zona Metropolitana de Guadalajara
6°	Romo Villaseñor Diana Marcela	Estrategias de mercadotecnia internacional para las empresas de ópalo en Magdalena, Jalisco
6°	Ruíz Pelayo Jairo	Propuesta de un modelo de franquicia como opción de crecimiento de las PYMES Restauranteras de Jalisco
6°	Sanjuan Cortés Miriam	Modelo de marketing estratégico para las micro y pequeñas empresas fabricantes de empaques de cartón en la zona metropolitana de Guadalajara
6°	Alvarado Medina Manuel	Estrategias de mercadotecnia que permitan incrementar sensiblemente el índice de satisfacción de la experiencia en el servicio educativo de los estudiantes de la escuela x de la Universidad de Guadalajara
6°	Barroso Mora Yolanda	Identificar la audiencia de los programas de radio hablada de la banda de amplitud modulada en la Zona Metropolitana de Guadalajara (Guadalajara, Zapopan, Tlaquepaque, Tonalá, Conocer la audiencia de la emisora XESP 1070 Radio Noticias, del grupo Megaradio para optimizar y ofrecer mejores productos al aire respecto a su competencia, que redunden en mayor rating y rentabilidad para la empresa Tlajomulco, el Salto) en el estado de Jalisco, México
6°	Escoto Castro Christian	Estrategia de lanzamiento para el producto en desarrollo: Chorizo Nery & Hans en Ciudad Obregón Sonora
6°	Ibarra Vázquez Liliana	Diseño de estrategias de relaciones públicas para incrementar sensiblemente la cartera de clientes en Guadalajara y zona metropolitana de una agencia de consultoría en comercio y logística "Logest Consulting"
6°	Limón del Toro Marco Antonio	Estudio de Factibilidad de Mercado para la introducción de un nuevo periódico de circulación local en Ciudad Guzmán, Jalisco
6°	López Cabrera Ozvaldo Humberto	Diseñar estrategias de mercadotecnia orientadas a incrementar las ganancias sensiblemente del Grupo Omega
6°	Robles Sahagún Laura Ofelia	Estrategias de comunicación para atraer usuarios a la Nueva Sede de la Biblioteca Pública del Estado, Juan José Arreola
SECCIÓN 7		
7°	Arrambides de Aguinaga Enrique	Prevención del Ambush Marketing en Juegos Panamericanos Guadalajara 2011
7°	Bernal Guillermo Joaquín	Factores determinantes en la adopción del comercio electrónico como sistema de compra por los consumidores finales en la Zona Metropolitana de Guadalajara
7°	Cortés Ornelas Marcela	Estrategias de marketing para el desarrollo y comercialización de la marca Driscoll's en México
7°	Curiel Cabrera Raymundo	Influencia de la publicidad en línea en la compra de automóviles en la Zona Metropolitana de Guadalajara
7°	García Navarro Fabiola	Adopción de herramientas en línea para la recolección de datos. Un estudio de caso en las agencias de investigación de mercados en Guadalajara
7°	García Palomino Julián Gustavo	Plan estratégico de mercadotecnia 8 P's para Tequila Rubio
7°	García Paredes María Teresa	El impacto de las estrategias de mercadotecnia verde en el posicionamiento, participación de mercado y resultados de desempeño
7°	García Pérez Luis Leonardo	La satisfacción del cliente durante el proceso de decisión de compra de casas en el Fraccionamiento "Carrara Residencial", ubicado en la zona de Tesistán dentro del municipio de Zapopan, Jalisco, México
7°	Godoy Rodríguez Roosevelt Jahaciél	La consolidación del Turismo de Negocios en la zona metropolitana de Guadalajara, mediante la aplicación de un plan de mercadotecnia
7°	Guzmán Martínez Francisco Jesús	Estudio comparativo sobre habilidades, valores y actitudes de estudiantes de Maestría en Mercadotecnia procedentes de tres Centros Universitarios en Guadalajara, Jalisco
7°	Jiménez Salazar Julieta Berenice	Propuesta de modelos para medir el impacto de estrategias de E-marketing en empresas de ventas de servicios para eventos sociales
7°	Mayorga Mendoza Andrés	Influencia de la moda en el éxito o fracaso de discotecas de los municipios de Guadalajara y Zapopan, Jalisco
7°	Muñoz Dávila Juan Francisco	Diagnóstico de la utilización de Internet en las MIPYMES de la Zona Metropolitana de Guadalajara como vía promocional y publicitaria
7°	Pérez Villarreal Héctor Hugo	Diseño de un modelo estratégico basado en la inteligencia competitiva, como factor fundamental para incrementar la posibilidad de victoria de las campañas electorales en Jalisco
7°	Piedra López Argentina	Factores de influencia para la transición de la mercadotecnia tradicional a la mercadotecnia verde en la industria de transformación de alimentos
7°	Ramírez Herrera Ana María	Plan estratégico de mercadotecnia para los resorts de playa de Grupo Presidente Intercontinental
7°	Sánchez Rojas Leonardo Daniel	Percepción y satisfacción de los consumidores de los hoteles cinco estrellas de la Zona Metropolitana de Guadalajara
7°	Velasco González Fabiola	Construcción y erosión de la confianza político electoral en Guadalajara, Tlaquepaque, Tonalá y Zapopan
7°	Godoy Rodríguez Roosevelt Jahaciél	La consolidación del Turismo de Negocios en la zona metropolitana de Guadalajara, mediante la aplicación de un plan de mercadotecnia

7°	Madrigal de León Miguel Adrián	
7°	Ramírez Herrera Ana María	Plan estratégico de mercadotecnia para los resorts de playa de Grupo Presidente Intercontinental
7°	Sánchez Cano Elizabeth	Diseñar un plan estratégico de mercadotecnia, para impulsar el plan estratégico de eléctrica A-B, S.A. de C.V. (EAB)
7°	Tamariz Limón Carlos Alberto	
8°	Álvarez Vargas Karla Gabriela	Medición del desempeño organizacional en PyMES del sector de la joyería de Guadalajara
8°	Arreguín Flores Jonathan	Propuesta de un modelo de distrito industrial para las empresas de la industria mueblera de Tonalá
8°	Becerril García Yesenia Guadalupe	Análisis comparativo a nivel nacional de la calidad del servicio al cliente entre los franquiciatarios de las diferentes marcas que conforman la cadena hotelera InterContinental Hotels Group
8°	Castañeda Camacho Rocío Margarita	Propuesta de un modelo Clúster, para desarrollar la competitividad y atraer turismo médico a la Zona Metropolitana de Guadalajara
8°	Flores Figueroa Claudia Marcela	Factores del comportamiento del consumidor de productos orgánicos alimenticios en el municipio de Guadalajara
8°	Ibarra Romo Fernando	Estudio de factibilidad para un SPA capilar en la zona metropolitana de Guadalajara
8°	Jáuregui Castro Miguel Ángel	Propuesta de un modelo de sucesión para las empresas familiares. Magno Centro Joyero de Guadalajara
8°	Macías Morales Ana Laura	La calidad del servicio desde la percepción del usuario en las instituciones sociales orientadas a la atención residencial del adulto mayor, en la Zona Metropolitana de Guadalajara
8°	Madrigal Alonso Jezarela Edith	Análisis de la factibilidad de un modelo de negocios de cuidados integrales para niños de 6 a 12 años después del horario escolar en Zapopan, Jalisco y valoración de su implementación
8°	Plascencia Ayala Elizabeth	Estudio de casos de éxito de empresas que aplican estrategias de mercadotecnia a través de las Redes Sociales por Internet
8°	Rincón Rubio Ana Gabriela	Propuesta de diseño de instrumento evaluativo de publicidad sustentable sobre medios impresos en la Ciudad de México
8°	Ríos García Blanca Leticia	Percepción de la orientación al servicio organizacional en Hope Worldwide, I.A.P. a nivel Nacional, una Evaluación desde el Cliente Interno (voluntariado)
8°	Santana Calleros Brenda Livier	Estudio de percepción de satisfacción del turista extranjero en hoteles de 4 y 5 estrellas y gran turismo en la Zona Metropolitana de Guadalajara
8°	Villalobos Solano Alberto	Elementos del sitio web de influencia interpersonal y su efecto en la intención de compra en línea del consumidor en México
8°	Ávila Hernández Daniela	Diseño de un plan estratégico de mercadotecnia para sombreros D'Ávila S. A. de C. V.
8°	González Albo Eduardo	Percepción del cliente, de la calidad en el servicio que ofrecen las empresas que integran el Magno Centro Joyero de Guadalajara
8°	Huizar Robledo Dora Elizabeth	Factores que motivan la adopción de productos farmacéuticos del sector oftálmico por el médico tratante de la especialidad en la Zona Metropolitana de Guadalajara y propuesta de programa de gestión de lealtad
8°	Muñoz González Irene	Estrategia de crecimiento para la empresa de Autotransportes Tarahumara
8°	Sánchez Bañuelos Rocío Araceli	Análisis del comportamiento del consumidor potencial y actual de una empresa de conservación de células madre del cordón umbilical (Cryo-Cell de México S. A. de C. V.) para el desarrollo de un plan de mercadotecnia que le permita capturar más consumidores
8°	Vargas Verduzco Roberto Carlos	Manual de operaciones para distribuidores comerciales de productos lácteos frescos. Caso Danone de México
8°	Verduzco Mendoza Gonzalo Alejandro	El negocio en participación como alternativa publicitaria para promover los productos y servicios de la Pyme en el municipio de Guadalajara
9°	Aceves Preciado Mónica	La Percepción de la calidad de la educación superior en egresados de la Licenciatura en Mercadotecnia del CUCEA-UDG
9°	Aguilar Ruíz Alfredo	El Proceso de Branding Interno y su Impacto en los Empleados de la Organización
9°	Alvarado Benítez Laura Margarita	La privacidad y seguridad en el comercio electrónico a través de las redes sociales en México. La percepción de los consumidores y su impacto en la adopción como medio de comercialización
9°	Antillón Núñez Claudia Patricia	Turismo para el mercado gay y sus posibilidades de desarrollo en Guadalajara y Zapopan
9°	Arzubide Álvarez Palmira	Percepción del consumidor con respecto a la calidad del servicio de Serpaproza en su división de mensajería y paquetería Aeroflash Guadalajara
9°	Contreras Rodríguez Neri Noé	Propuesta de una estrategia de promoción nacional del distrito industrial de vino artesanal en Valle de Guadalupe, Baja California
9°	Espinoza Mercado Oscar Alejandro	Modelo de satisfacción al cliente en la industria restaurantera de la Zona Metropolitana de Guadalajara
9°	García Villalobos Luis de Jesús	Percepción de la calidad que detectan los estudiantes de las licenciaturas en mercadotecnia y negocios internacionales en las escuelas incorporadas a la Universidad de Guadalajara
9°	Guerrero Castro María Eloisa	Personalidad de Marcas de Lujo en México y Brasil
9°	Hernández Barroso Giaseth	Estrategias de marketing en la línea para obras artísticas
9°	López Bojórquez Nancy Maribel	Motivaciones psicológicas y generación de contenidos en redes sociales
9°	Méndez Osorio América Leticia	Análisis netnográfico: la injerencia de la publicidad negativa en el Personal Branding de Enrique Peña Nieto en Facebook, durante su campaña a la presidencia de México
9°	Navarrete Hernández Iliana	Marketing Turístico: Análisis del mercado de turismo sustentable y usual de Jalisco
9°	Neri Uribe Javier	Estudio del impacto de la percepción de calidad en el servicio y satisfacción del cliente en la rentabilidad del comercio minorista. Caso: Tiendas de abarrotes y misceláneas de Cuernavaca
9°	Ortiz Barrera Manuel Alfredo	El conocimiento de Mercadotecnia (MK) como herramienta competitiva internacional para las empresas de Manufactura Contratada (CEM's) de la industria electrónica de la Zona Metropolitana de Guadalajara
9°	Rivera Arreguín Ruth Viridiana	La calidad institucional del CUCEA-UDG, desde la perspectiva de los egresados de la Licenciatura en Negocios Internacionales. Un estudio de satisfacción del servicio educativo
9°	Rodríguez Paz Margarita	Consumidor ecológico: Segmentación y perfil del joven consumidor de moda ecológica en Guadalajara, Jalisco
9°	Romero Rojas Paúl Ramón	Propuesta de una estrategia para la creación de un clúster turístico en Mazatlán Sinaloa como apoyo de desarrollo regional

9°	Serratos Sánchez Alma Graciela	Estrategias de social media marketing en instituciones de gubernamentales de atención a la juventud: caso de estudio instituto municipal de atención a la juventud municipio de Guadalajara
9°	Solís Gamboa María Gabriela	Ganar el ciber espacio para llegar y conservar el poder: Un análisis del uso de las redes sociales (twitter y facebook) en la elección para gobernador en el Estado de México, 2011
10°	Alatorre Orozco Francisco Javier	Calidad en el Servicio y Competitividad: el caso de los Hoteles de la Zona Metropolitana de Guadalajara
10°	Brener Flavia	Marketing aplicado en Bibliotecas: El caso del Centro de Recursos Informativos del CUCEA
10°	Cázares Díaz Manuel	Estrategias de Mercadotecnia para posicionar las Comunidades de Retiro en la Riviera de Chapala, México
10°	Cervantes Fabián Yasmín Araceli	La importancia de la Responsabilidad Social Corporativa, como una ventaja competitiva en la Zona Metropolitana de Guadalajara, Estudio de caso: Amortiguadores Bogue
10°	Corona Ortíz Rosa Noemí	Efectividad de las estrategias de posicionamiento de marca implementadas en las redes sociales. El caso del sector restaurantero en México
10°	Corrales Aispuro Hazael	Estrategias de marketing e innovación para el posicionamiento de artículos perecederos en las cadenas de supermercados de la Zona Metropolitana de Guadalajara
10°	Flores Vázquez Diana Luz	El Personal Branding en la red social Facebook de AMLO, una herramienta de marketing político durante su campaña a la presidencia de México 2012
10°	García Reynoso Claudia Angelina	Desarrollo de mercados para el sector restaurantero o empresas dedicadas a la elaboración de alimentos para obtener la viabilidad de otros mercados a satisfacer
10°	Gómez Cerda Luis Adrián	Comportamiento Político Electoral de los Jóvenes en el Estado de Jalisco: Estrategias de Movilización Inserción e inclusión social
10°	González Ordaz Gilberto Israel	Estudio de Aceptación de Servicio en Línea para el Aprendizaje de Idiomas Extranjeros
10°	Gutiérrez Madrigal Karen Lucía	Marketing social para la salud pública: violencia en el noviazgo de las adolescentes de Guadalajara, Jalisco, México
10°	Hernández Aranda Irma	Servicio al cliente como estrategia de éxito dentro de las empresas restauranteras en Guadalajara y Zapopan, Jalisco
10°	Juárez Camarillo Olivia Isabel	Competitividad con base en la aplicación de CRM en las agencias de publicidad de la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG)
10°	Martínez García Nancy	La deserción en estudiantes de licenciatura del CUCEA y la tutoría como estrategia de marketing de servicios para el mejoramiento de la calidad educativa
10°	Muñoz Bada Leopoldo	Marketing Interactivo como base del posicionamiento en la imagen de los clubes deportivos en el CUCEA: Caso Leones Negros
10°	Murguía Pérez José de Jesús	Creación y desarrollo de pan de nopal para su aceptación y posicionamiento en la zona centro de Tonalá, Jalisco, México
10°	Ortiz Palafox Karla Haydee	El Green Marketing como estrategia que fomente la competitividad en las Pymes de Jalisco
10°	Pérez Sansalvador Eva Concepción	Las leyendas como estrategia promocional de los atractivos culturales y naturales de la Zona Sierra Occidental del Estado de Jalisco
10°	Ponce Hernández Violeta Erendira	Estrategias de mercadotecnia para promoción de las universidades públicas determinantes para la elección de maestría por parte de los alumnos en ciencias sociales y administrativas
10°	Salinas Morales Myrna Sarahí	Marcas Premium: Una estrategia de promoción para Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) en la industria de la Moda en Guadalajara y su Zona Metropolitana
10°	Cerrillos Reyes Sergio	Modelo de servicio para el mantenimiento de maquinaria agrícola IN SITU en el sur de Jalisco
10°	Díaz Astorga Rodrigo	Posicionamiento de productos dermatológicos en la zona de CD. Guzmán
10°	Durand Cortés Karina	Estrategias de Endomarketing
10°	Martínez Olivo Carlos Alberto	Reposicionamiento del Jardín de Niños Sor Juna Inés de la Cruz
10°	Pinto Espinoza Jacqueline	Mujeres compran tecnología, un nuevo mercado para empresas de electrónicos en las plazas comerciales de la ZMG.
10°	Romero Méndez Fernando	Plan de Marketing para la Empresa Desarrolladora de Software y Consultoría
10°	Sandoval Ortíz Emmanuel	Como elaborar una campaña BTL como herramienta básica de venta.
11°	Abarca González Marcos	Propuesta de un modelo de gestión de lealtad en una empresa de servicios de asesoría especializada en coaching de negocios en la Zona Metropolitana de Guadalajara
11°	Arias Miramontes Laura Margarita	Administración de la relación con el cliente (CRM) como factor de competitividad e el sector hotelero de la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG)
11°	Ayala Castillo Miguel Ángel	Propuesta de un mensaje persuasivo con base en las principales motivaciones de los estudiantes de Maestría en Tecnologías para el Aprendizaje del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas a través de los medios publicitarios más eficientes
11°	Bañuelos Hernández Nancy Eugenia	Publicidad en medios digitales para Posgrados. Caso: CUCEA
11°	Camacho Sotelo Cinthya Karina	Innovación y administración de las relaciones con el cliente (CRM), su interrelación con la competitividad. Pymes del sector manufacturero de la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG)
11°	Casian Padilla Arturo Miguel	Neuromarketing: un estudio electroencefalográfico ante la toma de decisiones
11°	Cázares Gómez Pedro Rafael	Comportamiento del votante universitario
11°	Cornejo Anaya Jaime Alberto	Realización de las estrategias de promoción para la empresa grupo constructor COVIZ, S. A. de C. V.
11°	Estrada Zamora Carlos	Diseño y análisis de estrategias promocionales mediante redes sociales: caso cibercampaña 2012 de la candidata a senadora Itzel Sarahí Ríos de la Mora, del Partido Revolucionario Institucional, en la Zona Metropolitana de la ciudad de Colima
11°	Flores Cortés Sandra Susana	Estrategias de marketing verde que impactan en la ventaja competitiva del sector hotelero de la zona metropolitana de Guadalajara
11°	Hernández Corona Leticia Viridiana	Estrategias de marketing relacional que impactan en la satisfacción del cliente en Relaciones Negocio a Negocio
11°	Lomelí Hernández Lorenzo de Jesús	Satisfacción de los clientes de hoteles cuatro estrellas en las zonas Minerva y Expo Guadalajara, Jalisco para la elaboración de un plan de mercadotecnia. Caso: Hotel ARBOREA
11°	López Venegas Luisa Geraldine	Estudio de las estrategias de Gamification para la retención de usuarios en aplicaciones móviles de Ciudades Inteligentes
11°	Macías Bravo Tomás Erick Huitzilihuitl	Motivaciones de los jugadores patológicos de casinos en la Zona Metropolitana de Guadalajara y su impacto social y económico
11°	Martínez Padilla Yolanda Araceli	Actitud de los usuarios hacia la publicidad en las Redes Sociales en México

11°	Mayorga Salamanca Paola Irene	Efectos de la Mercadotecnia y Responsabilidad Social en la Competitividad de las Pymes manufactureras de la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG)
11°	Moreno Segura Cindy	Estrategias de Comunicación Integral de Marketing (CIM) para comunicar la Identidad de marca deportiva: Caso Club Santos Laguna
11°	Pérez Ornelas Irma Cecilia	Motivaciones del posible consumidor de carne orgánica en los municipios de Zapopan y Guadalajara
11°	Quintero González Abraham	Influencia de la motivación intrínseca y extrínseca en la captación y retención de voluntarios de AIESEC Guadalajara para el diseño de estrategias de comunicación de marketing
11°	Serrano Pulido Darinka Mariana	Factores que influyen en la ventaja competitiva de pequeñas empresas dedicadas a la venta al detalle de dulces. Unidad de estudio: Mercado femenino de Guadalajara y Zapopan, Jalisco
11°	Smith Espinoza Carla Liliana	Autoconcepto y consumo simbólico de moda en el calzado: las universitarias del CUCEA-UDG
11°	Solís Rocha Martha Laura	Marketing gubernamental, estrategias discursivas centradas en valores: el caso de los discursos presidenciales en México 1994-2012
12°	Acosta Bahena Almeirim Isabel	Estrategias de Marketing para el Laboratorio de gestión de servicios de alimentos-CUCSINE
12°	Barrón Serrano Jorge	La importancia del empaque en la comunicación de la marca Dulces Vero
12°	Estrada Aguilera Rocío	Satisfacción de los clientes de una agencia de publicidad deportiva en la zona Metropolitana de Guadalajara, estudio de caso: Boletín Marcador
12°	Ruíz Contreras Lizbeth Cristina	Diseño de la propuesta de valor de una SOFOM basado en un análisis comparativo entre los atributos relevantes para los clientes y la alta dirección en un enfoque de marketing estratégico
13°	Alpizar Novelo Jorge Alberto	Estrategias promocionales con un enfoque de marketing social para contrarrestar el bullying en escuelas primarias de Zapopan, Jalisco.
13°	Álvarez Sánchez Rodrigo	Diseño de un Modelo de Mercadotecnia Pública para el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Jalisco
13°	Camacho Murillo Erika Yaneth	Influencia de los factores individuales y sociales en el comportamiento de los electores: el caso de las elecciones presidenciales México 2006-2012
13°	Chávez Estrada Montserrat Estefanía	El mercado mayorista para Palo de Brasil, Helecho Boston y Cuna de Moisés en la Zona Metropolitana de Guadalajara
13°	Durazo López José Vidal	La óptima selección musical para el punto de venta de una zapatería
13°	García Arias Pedro Humberto	Perfil del jugador de fútbol americano como consumidor de artículos deportivos para la práctica de Fútbol Americano en Zapopan, Jalisco
13°	Garibay Hernández Margarita	Estrategias de Marketing Relacional en Distribuidor de Autos en la Zona Metropolitana de Guadalajara. Estudio de caso: Mazda Plasencia
13°	González Marroquín Cristóbal Daniel	Estrategias de Marketing para la revista urbana en el Mercado LGBT de Guadalajara
13°	Guerrero Delgado Javier	Estudio de los atributos del servicio de Below The Line para la determinación de un modelo de valor para los clientes: Caso Agencia Statue
13°	Guzmán Vega Gisela Lizbeth	Estrategia publicitaria para posicionar los servicios turísticos de la naviera Baja Ferries en la Zona Metropolitana de Guadalajara
13°	Haro Macías Alberto Ramiro	Estrategias de mercadotecnia para posicionar a una agencia de investigación de mercados en la ciudad de Guadalajara, Jalisco. Caso: Merkap
13°	Loy Romo Salvador Eduardo	Innovación en el uso de mercadotecnia digital: Caso Monster Online
13°	Mariscal Gallardo Gloria Alejandría	Propuesta de un Plan de Marketing Interno: caso de estudio en una institución educativa privada en Zapopan, Jalisco
13°	Martínez Martínez José Gerardo	Propuesta de un clúster ecoturístico y su estrategia de marketing en el municipio de Tzintzuntzan Michoacán
13°	Merino Ramírez María Isabel	Identidad e Imagen Corporativa de los Posgrados CUCEA
13°	Orendain Silva Tania Eleonor	Estudio de atributos determinantes en la entrega del servicio y su relación y recomendación de servicios médicos de especialidad, en el sector privado de Guadalajara y Zapopan
13°	Ortega Navoa Alejandra	Estrategias de marketing para el posicionamiento de mezcales en la Zona Metropolitana de Guadalajara con base en los estilos de vida del consumidor
13°	Peña Campos Perla Conchita	Estrategias de mercadotecnia para crear ventaja competitiva al desarrollo de una unidad de atención médica especializada
13°	Pérez Zamora Ramón Alejandro	Bahía de San Carlos, Sonora como destino turístico y estrategias de publicidad para la promoción en la Zona Metropolitana de Guadalajara
13°	Ramírez Enríquez María Angélica	Diseño de estrategias de promoción para las convocatorias de Intercambio de Maestros de Educación Básica, México - Estados Unidos de PROBEM, Jalisco
13°	Ramírez Ruíz Cristian	Innovación y Mercadotecnia en el diseño de un sitio web de turismo de aventura en México
13°	Rodríguez Hernández Zulema Jannet	Propuesta de un plan de comunicación de mercadotecnia para impulsar un clúster turístico en Ixtlán del Río, Nayarit.
13°	Rodríguez Villarruel Aura Xacnicté	Satisfacción del visitante de museos de arte de la ZMG
13°	Ruíz Alejandro José Miguel	Propuesta de plan de marketing para el Centro de Salud Animal de Ciudad Guzmán, Jalisco
13°	Ruvalcaba Rivas Ileana Elizabeth	La administración de la relación con el cliente (CRM) y su impacto en la industria restaurantera de la Zona Metropolitana de Guadalajara
13°	Saray Martínez Rocío Jazmín	Formación académica y desempeño laboral, un estudio de satisfacción con egresados y empleadores de la Maestría en Dirección de Mercadotecnia del CUCEA.
13°	Torres Contreras Alejandra María	Determinación de los estilos de vida de los estudiantes de música de la ZMG y análisis de la industria musical para la propuesta de estrategias de mercadotecnia para la Universidad Libre de Música
13°	Veá Rubi Adilene	Conocer los atributos de las variables de la mezcla de mercadotecnia que se encuentran en la preferencia del consumidor hacia bares, Zona de Chapultepec, Guadalajara, Jalisco: caso Santa Leyenda Bar
13°	Zapari Romero Gloria Yaneth	Valor de marca y su efecto en el desempeño financiero en las empresas del sector alimenticio que cotizan de manera bursátil

Generación	Nombre	Tesis
14°	González Gutiérrez José Manuel	Estrategia de comunicación lúdica para Enrique Alfaro. Posicionamiento de cara a las elecciones a gobernador de Jalisco 2018
14°	Mónica Lorena García Márquez	Plan de negocios de una empresa PyMe de mercadotecnia digital de la Zona Metropolitana de Guadalajara Jal. Caso de estudio: Empresa click@boom®
14°	Perla Grisel Legaspi Guillén	Frenos y aceleradores de la venta online de acuerdo al consumidor de la Zona Metropolitana de Guadalajara
15°	María Monserrat Olmedo Palomeque	Propuesta de un modelo de Pensamiento Creativo para el diseño de campañas publicitarias en la industria del diseño digital
15°	María Migdalia Zazueta Hernández	El uso Twitter y Facebook como herramienta de e-CRM en el sector turístico institucional en México. Caso: Secretaría de turismo del Estado de Guanajuato
15°	Luis Uriel Hernández Ramírez	Subversive Marketing: Las campañas publicitarias subversiting y los jóvenes
15°	Juan Carlos Jeronimo Niniz	Propuesta de una estrategia de clúster porcino para organizar la zona y desarrollar una marca-región en el distrito de Uruapan, Michoacán
15°	Angi Karenia Arenas Talamante	Green Marketing vs Greenwashing. Enfrentando los efectos del Greenwashing con una propuesta mercadológica caso Bimbo
15°	Karen Saraí Ochoa Velázquez	Estrategias de marketing en universidades privadas y su impacto en la demanda de los servicios académicos: el caso de las escuelas incorporadas al Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guadalajara
15°	Paulina Romero Zúñiga	Factores determinantes de la mercadotecnia que influyen en la competitividad de las MiPyme del sector comercio al menudeo de la ZMG
15°	Angélica Sabrina Medina González	Análisis de las estrategias de marketing político basado en teorías psicológicas y sociales durante la campaña presidencial de Enrique Peña Nieto, México 2012°
15°	Osmar Gustavo Martínez González	La innovación en mercadotecnia como factor de competitividad en el sector hotelero de la Zona Metropolitana de Guadalajara
15°	Celina García del Real	Herramientas de marketing utilizadas por MiPymes consolidadas en Guadalajara y Zapopan. Marketing Offline vs Marketing Online

15°	Adriana Cristina Guzmán Ledesma	Análisis de los principales factores que determinan la efectividad en las estrategias de marketing en redes sociales para microempresas. Caso de una empresa de repostería
15°	Gilberto Mendoza Aragón	Plan de marketing para la microempresa B-Vida del Mayo
15°	Oscar Leo García Soto	Estudio de factibilidad para la creación de una revista publicitaria en los municipios de Guadalajara, San Pedro Tlaquepaque, Tonalá y Zapopan
15°	Karla Paola Ramírez Delgadillo	CRM como estrategia de vinculación y comunicación con egresados de la Maestría en Dirección de Mercadotecnia
15°	Salima Rosemary Cassis Ruiz	Plan estratégico de marketing para la empresa Biotecnología aplicada al sector primario, S.A. de C.V
15°	Miletic Ognjen	Estrategias de marketing deportivo en eventos de voleibol de playa y su impacto en el desarrollo turístico de Jalisco. El caso de Puerto Vallarta
15°	Adriana Margarita Hernández López	Identificación de factores de decisión de compra de teléfonos inteligentes en los estudiantes hombres de la Universidad de Guadalajara
15°	Laura Adriana Martínez Venegas	Comportamiento de las comunidades fandoms en el estado de California. Caso Whovians. Un estudio exploratorio descriptivo
15°	Andrés Eduardo Carrillo Pérez	Medición de la confianza en medios publicitarios en la Zona Metropolitana de Guadalajara. Diferenciación de medios en línea y tradicionales
15°	Brenda Carolina Montes Arias	La mercadotecnia social en la sociedad de la información y el conocimiento. Factores motivacionales hacia la participación ciudadana
15°	Aurora Denisse López Herrada	Gestión de Marketing para la introducción del SCALL (Sistema de Captación de Agua de Lluvia) en Lagos de Moreno
16°	Anabel Robles Hernández	La importancia del marketing de territorios para la gobernanza de las instituciones públicas y sociales de la región Norte de Jalisco
16°	Gabriela Margarita Fausto Lepe	Marketing interno para posicionamiento de marca en los empleados de una Institución de Educación Superior. Caso: Universidad Tecnológica de Jalisco. Periodo enero julio 2016°
16°	Jorge Luis Cordero Plascencia	Estrategia de comunicación y vinculación como parte esencial del marketing educativo para la Escuela Preparatoria 17° de la Universidad de Guadalajara
16°	Sandra Carolina Uribe Colchado	Análisis de logística de transporte para la empresa Reacción Outdoors S.A. de C.V. Caso GOPRO

17°	Jovanna Nathalie Cervantes Guzmán	Propuesta de un modelo para ventas en PyMes comerciales de la industria joyera en Guadalajara: Relación de la percepción del neuromarketing y la calidad en el servicio
17°	Guillermo Omar Levario Gim	Elementos de valor de marca y su impacto en la generación de identidad universitaria
17°	Sofía Macías Reyes	Medición de la eficacia publicitaria de los medios publicitarios impresos implementados por la academia deportiva REYMAC
17°	Jorge Santiago Rodríguez García	El PROESDE y su impacto en la motivación y desempeño del personal académico de una universidad pública: sus efectos en el marketing interno
17°	Pedro Daniel Aguilar Cruz	Las redes sociales como estrategia de posicionamiento del Centro Internacional de Excelencia Empresarial y la intención emprendedora de los estudiantes del CUCEA
17°	Gonzalo Rodríguez Ceballos	La viabilidad de un proyecto de Smart City como estrategia mercadológica a través de un modelo de consulta ciudadana basado en la metodología Kano. Caso: CUCEA
17°	Dania Lizeth Ramírez Dávalos	El uso de la mercadotecnia emocional como factor de crecimiento del valor de marca en los commodities electrónicos, basados en la percepción de los consumidores del Área Metropolitana de Guadalajara
17°	Ricardo Rosendo Serna Alcaraz	El involucramiento del consumidor como factor determinante de la lealtad para generar un vínculo con la marca: Un enfoque basado en la categorización del producto para estudiantes del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas
17°	Carolina Talavera Vázquez	Influencia de los Vlogs en la intención de compra de productos de belleza. Caso Yuya
17°	Marco Antonio Navarro Montes	Competitividad en destinos turísticos: Casos de Tequila y Tepatitlán de Morelos, Jalisco
17°	Norma Arely Zúñiga Espinosa	El clúster y la mercadotecnia como elemento estratégico para la competitividad del sector artesanal textil en el estado de Hidalgo
17°	Aldo Ignacio Serna Ramírez	Propuesta de modelo de evaluación de desempeño para el Community Manager dentro de la industria hotelera en Guadalajara, Jalisco
17°	María de Lourdes Garcidueñas Vargas	¿Como crear una historieta rentable? Investigación de mercado y estudio de viabilidad para la publicación de una historieta de autor en México
17°	Ana Elizabeth Pérez García	Propuesta de modelo de estrategias de marketing social para incrementar la participación de los trabajadores de la Universidad de Guadalajara en el Programa de Salud Organizacional
17°	Luz del Carmen Castellanos Marrón	La influencia de los factores situacionales y atributos del producto en el consumo de cerveza artesanal: un estudio sobre los consumidores de la ZMG

17°	María Beatriz Gómez Martínez	Estrategias de comunicación social, para la promoción de soluciones de alimentación que faciliten la cirugía de infantes con labio y/o paladar hendido de 0-36° meses de edad, en Instituto Jalisciense de Cirugía Reconstructiva
17°	Nancy Johana González Gómez	Factores del boca a boca (EWOM) y su impacto en la imagen de la marca a través de facebook
17°	Gustavo Quintero Venegas	Propuesta de posicionamiento para Puerto Vallarta en el mercado gay masculino
17°	Carlos Antonio Solano Pérez	El conocimiento del comportamiento electoral, la base de las campañas electorales efectivas: Estudio de caso Colotlán, Jalisco
17°	Alejandra del Carmen Caamal Ortiz	Competitividad turística y mercadotecnia de ciudades como ejes determinantes para la atraktividad territorial de Tapalpa
17°	Jairo de Jesús Sánchez Martínez	Marketing aplicado en redes sociales como estrategia que impulsa la competitividad en la industria restaurantera
17°	Vicente Cañas Ruvalcaba	Competencia y diferenciación entre productos de ornamentación chinos y mexicanos en el tianguis de artesanías de Tonalá, Jalisco
17°	Rodolfo Enrique Galvis Reyes	La publicidad con mensaje estereotipado: Análisis del efecto en la imagen de marca y la intención de compra, un estudio en universitarios
17°	Guadalupe Fernández Rodríguez	El modelo de marketing mix de servicios; las 7P's implementado a consultorías universitarias de CUValles 2010°-2016°
17°	Alberto Fernández Rivas	La imagen como factor de éxito o fracaso en una campaña política: el caso de las elecciones a la presidencia municipal 2015°, Área Metropolitana de Guadalajara (AMG)
17°	Myriam Moreno Rodríguez	Propuesta de una marca a partir de la percepción del consumidor del ponche de granada, como estrategia de clúster para la Región Sur de Jalisco
17°	Mayra Yadira Meza Ramírez	Propuesta de un plan de marketing interno y su contribución en el compromiso organizacional del personal administrativo: Caso Centro Universitario de los Valles (CuValles)
19°	Judith Ortiz Barrera	Comportamiento de los consumidores con base en el nivel afectivo hacia sus mascotas, en los municipios de Guadalajara y Zapopan
19°	Georgina Arambul Orozco	Factores que influyen en el LDCG del CUAAD para ser emprendedor de negocios
19°	Ana Angela Franco Ramón	Influencia de la promoción y la programación en el rating radiofónico. Estudio de caso
19°	Priscilla González Tyler	Determinantes e impacto de la realidad aumentada como táctica de la innovación por mercadotecnia digital en el sector cosméticos

19°	Ana Gabriela Medina González	Modelo de medición de la imagen turística como factor de competitividad de un destino turístico. Caso Cuba-México
19°	Luisa Citlalli Hernández González	Plan estratégico de innovación por mercadotecnia digital en la industria de la moda mexicana. Estudio de caso (Cabinet)
19°	Lina María Trujillo Montoya	Innovación en mercadotecnia: factores que afectan el comportamiento de los usuarios de aplicaciones móviles, para ver publicidad. Caso Facebook
19°	Elizabeth Guadalupe Carrillo Nuño	Análisis de la marca "Guadalajara, Guadalajara" observada desde la mercadotecnia territorial
19°	Liliana Parada Torres	Rasgos de personalidad que influyen en los estilos de decisión de compra en la cultura mexicana
19°	Janet Jaqueline León Núñez	Perfil turístico de los baby boomers de Guadalajara y Zapopan; Jalisco: características, necesidades y motivaciones
19°	Fabiola Monsevais Iglesias	Estrategias de difusión y conocimiento para adoptar y fidelizar clientes utilizadas por las AFORES en México
19°	Marisol Mozqueda Contreras	Percepción del cliente y comportamiento de consumo de marcas propias en tiendas de autoservicio. Caso: Walmart en Jalisco
19°	Ninfa Veaney Ortiz Villavelázquez	Factores determinantes para la contratación de una agencia de logística internacional en Jalisco
19°	María Esther Arreola Salazar	Elementos que contribuyen a la creación de un clúster de productos lácteos elaborados en San Marcos, Jalisco, como estrategia de posicionamiento
19°	Elizabeth Villalvazo Cholico	Estrategias de marketing de contenido como generadores de influencia en el proceso de compra de los Millennials de Guadalajara
19°	Marcello Miranda Machado Filho	Modelo de comportamiento del consumidor del nivel socioeconómico D+, en la ciudad de Guadalajara: necesidades, valores y personalidad
19°	Ricardo Vargas Díaz	Estrategias de marketing de guerrilla como factor de desarrollo de la competitividad: MyPymes restauranteras de la Zona Metropolitana de Guadalajara (Zapopan y Guadalajara), México
19°	Sahamyra Leilani Nava Alvarado	Estilo de vida Millennial en la Zona Metropolitana de Guadalajara; según su orientación sexual
19°	Sharon Lizeth Martínez Guzmán	Factores que determinan la competitividad de las Pymes manufactureras de la industria del plástico en la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG)
19°	Mónica Yoshira García Manzano	Decisión de compra basada en la influencia de un blogger como líder de opinión
19°	Sergio Iztac Jiménez Torres	Los factores que influyen en la distribución de la inversión publicitaria, en los medios de comunicación
19°	Jimena Aranda Ledezma	Actitudes de consumo responsable en el nicho de alimentos orgánicos en Guadalajara y Zapopan



19°	Ana Laura Ortega Medina	La satisfacción de los estudiantes de intercambio extranjeros de la Universidad de Guadalajara como usuarios del servicio de alojamiento en la Zona Metropolitana de Guadalajara
19°	Viviana Berenice Gallegos Barajas	El comportamiento planificado y la movilidad del paciente extranjero al clúster de turismo médico de Jalisco



Generación	Nombre	Ciclo de Ingreso	Título de Tesis
20°	Gabriela Villanueva Lomelí	2016-A	El alcance de las estrategias de las redes sociales en la percepción de los alumnos del CUCEA y su influencia en la intención emprendedora
20°	Rodrigo Antonio Colonia Albornoz	2016-A	Análisis de la relación de la productividad del asesor de ventas de Aceros y Complementos Constructivos (ACC) con la innovación en el proceso Customer Relationship Management (CRM)
20°	Aurora Araceli Carbajal Silva	2016-A	El Entrepreneurial Marketing y su influencia en la intención emprendedora de los estudiantes del CUCEA
20°	Juan Pablo Panduro Rivera	2016-A	Análisis de resultados de la implementación de Marketing Digital en la MiPyME "Darkis Brownies"
21°	José Rosario Lara Salazar	2016-B	La influencia de los programas sociales de gobierno en la intención de voto del ciudadano: El caso del programa Prospera en Culiacán Rosales, Sinaloa
21°	Itzel Alejandra Lara Manjarrez	2016-B	Estrategias de marketing social para crear conciencia sobre la salud alimenticia de los jóvenes. El caso de los estudiantes del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas
21°	Ana Karen Olivares Lozano	2016-B	La implementación de la mercadotecnia social gris en las organizaciones de la sociedad civil de la Zona Metropolitana de Guadalajara dedicadas exclusivamente a personas de la tercera edad
21°	Gabriela Sarahi Galindo Jaramillo	2016-B	Análisis de las características sociodemográficas, psicosociales y de mercadotecnia política en la participación de universitarios en los movimientos juveniles partidistas de Ciudad Obregón, Sonora 2017-2018
21°	Oscar Emmanuel Andrade Maldonado	2016-B	Creation of commercialization strategies for the DINK segment from the GMA (Guadalajara Metropolitan Area) based on travel trends
21°	Alexa Giselle Infante Jaime	2016-B	Factores de competitividad empresarial dentro de la agricultura protegida
21°	Victoria Nathaly Sandoval Camarena	2016-B	Signos de cultura y poder como determinantes de la identidad y la preferencia de productos mexicanos de lujo de joyería y marroquinería
21°	Alberto Emmanuel Rodríguez Silva	2016-B	Análisis de las características del lujo y los determinantes de intención de compra que influyen en la percepción del consumidor en una marca mexicana
21°	Vivian Alexandra Villarreal Sanabria	2016-B	Propuesta de un modelo estratégico de responsabilidad social corporativa como factor de competitividad para la industria tequilera
21°	Nancy Estefanía Torres Cortes	2016-B	El uso de las celebridades en la publicidad y su impacto en la intención de compra de productos de lujo



21°	Stephany Zamudio Castellanos	2016-B	Implementación del ProtocoloEva® como innovación de mercadotecnia para mejora de la experiencia del visitante en el Zoológico de Guadalajara -Estudio de Caso-
21°	Julio César García Puente	2016-B	Análisis de variables que afectan el comportamiento post visita de los turistas en el Pueblo Mágico Mazamitla, Jalisco
21°	Judith Pigueira del Real	2016-B	La formación, los gustos personales y la comunicación de marketing como factores determinantes para la participación de los jóvenes universitarios en los eventos culturales
21°	Jorge Humberto Medina Flores	2016-B	El valor de marca como estrategia de fidelización para los clientes del sector servicios del giro restaurantero
21°	Magdiel Getsemani Chávez Montes	2016-B	Decisión de compra de inmuebles residenciales en Guadalajara y Zapopan
21°	María Helena Mirque Méndez	2016-B	Motivación y riesgo percibido de los usuarios actuales y potenciales del uso de los servicios de telemedicina
21°	Itzel Jaqueline Sepúlveda Ríos	2016-B	Estudio experimental del impacto de la música en entornos digitales en las emociones, el comportamiento y la percepción sobre una empresa de viajes en los consumidores
21°	Laura Quitzé Hernández Cortés	2016-B	Percepción del cliente hacia las marcas locales de mochilas en la ZMG: estudio basado en la marca Lila Land
21°	Pilar Morales Valdez	2016-B	Percepción visual del visitante a la imagen turística de Tequila, Jalisco como pueblo mágico
21°	América Ahtziri Calderón Ortiz	2016-B	Análisis de la intención de los consumidores mexicanos de 18 a 60 años de edad de la ZMG respecto al ahorro para el retiro
21°	Betsy Astrid Vidales Astello	2016-B	La importancia de la creación de destinos turísticos inteligentes. El caso de Tequila Smart City
21°	Diana Corona Silva	2016-B	Estrategia Social Customer Relationship Management como coadyuvante de la satisfacción y la fidelidad del cliente en los servicios médicos hospitalarios
21°	Gabriel Cambero Castellanos	2016-B	Factores que influyen en la satisfacción del consumidor para lograr fidelización en restaurantes de la Zona Metropolitana de Guadalajara
21°	Luis Eduardo Montoya Torres	2016-B	Factores que influyen en la decisión de compra de productos ecológicos en individuos con estudios de licenciatura o mayores ubicados en la Zona Metropolitana de Guadalajara
23°	Elías Alejandro García Gutiérrez	2017-B	Diferencia en la intención de compra dependiendo de la congruencia en la naturaleza, física o digital, de productos y canales de promoción y venta
23°	Salvador Sarabia Rodal	2017-B	"La influencia del personal branding en las campañas electorales: Propuesta de un modelo de marca personal"
23°	Luis Josafat Betanzos Ponce	2017-B	"La publicidad emocional y su impacto en la intención de compra de los consumidores: estudio aplicado en Baja California, Ciudad de México y Jalisco"



23°	Lirio Campbell Escobosa	2017-B	La Influencia de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la intención de compra del consumidor en el Área Metropolitana de Guadalajara (AMG)
23°	Michel Esparza Márquez	2017-B	"La relación de los factores culturales, sociales y personales con la decisión de consumo de productos a través de medios digitales de los millennials en la Zona Metropolitana de Guadalajara"
23°	Nancy Aurora Allende Pascual	2017-B	Propuesta para una marca cultural de artesanía textil en la región Sierra Norte de Oaxaca, basado en elementos que forman un producto artesanal
23°	Diana Isabel De la Torre Enríquez	2017-B	Impacto del Contenido Generado por los Usuarios en Facebook, en el Valor de Marca de las empresas en México
23°	Saray María Corzo Sánchez	2017-B	Estrategias para promover la cultura emprendedora en los estudiantes de la Universidad de Guadalajara campus CUCEA
23°	Diana Laura Rosales Ortiz	2017-B	Análisis de las ventajas competitivas en el sector construcción, subsector edificación y su efecto en la decisión de contratación de proyectos por parte del cliente
23°	Cindy Guadalupe Martínez Castañeda	2017-B	El marketing de experiencias para la mejora de la satisfacción en la industria gastronómica de Sonora
23°	Oscar Joaquín Dzul Sima	2017-B	El marketing relacional y su impacto en la captación de recursos (RH) en las ONGs de la zona metropolitana de Guadalajara
23°	Jorge Luis Quiahua Quiahua	2017-B	Satisfacción del servicio al cliente como factor de influencia de valor de marca, para los cafés ubicados en la ciudad de Orizaba Veracruz
23°	Marcela Paulina Dávalos Flores	2017-B	Netnografía enfocada al análisis de lenguaje en redes sociales para el desarrollo de insights estratégicos
23°	Juan Carlos Chau Molina	2017-B	Diferencias en la relación entre el valor percibido y la lealtad en los consumidores de productos para el cuidado de la piel de acuerdo a su origen: verde vs. convencional
23°	Mariana Hernández Aranda	2017-B	Perfiles del consumidor de libros, su conceptualización y sus dimensiones de compra, en el área de gestión empresarial de la Universidad de Guadalajara y la Universidad Autónoma de Guadalajara
23°	Mayra Uribe Márquez	2017-B	El impacto de los diferentes tipos de contenido multimedia en redes sociales. Caso: Turismo Tlaquepaque
24°	Cristina Guadalupe Mejía Lucatero	2018-A	Análisis de la situación actual del valor de marca interna y su relación con la satisfacción laboral en la compañía StarDown Corporate
25°	Karla María Alarcón Sánchez	2018-B	El efecto de la Responsabilidad Social Empresarial en la Compra de Bebidas Carbonatadas en Estudiantes de la Universidad de Guadalajara



25°	Anette Georgina Orellana Jiménez	2018-B	Efecto del marketing verde en Facebook sobre la decisión de compra de productos de envases plásticos de los Millennial de la Zona Metropolitana de Guadalajara
25°	Clarisa Elena Vázquez Mondragón	2018-B	Efecto del marketing de contenidos en redes sociales sobre el engagement de los jóvenes con los Institutos de la Juventud de Guadalajara y Zapopan
25°	Ana Karol López Rojo	2018-B	Factores mercadológicos y psicológicos que influyen en la intención de compra de servicios turísticos en Agencias de Viaje en Línea en consumidores millennials de la República Mexicana
25°	Elisánder Quiroz García	2018-B	Percepción del consumidor Geek Centennial sobre la personalización de productos impresos en 3D en la Región Altos Sur de Jalisco
25°	Mario Sergio Medina Fassén	2018-B	Factores intrínsecos y extrínsecos que influyen en la intención de compra de los dog-lovers
25°	Roberto Alvarado González	2018-B	Publicidad transformativa y aceptación tecnológica como influenciadores en la intención de compra de productos a través del e-commerce en México
25°	Jessica Paulina González Hernández	2018-B	Estímulos auditivos en el engagement del consumidor mediante anuncios publicitarios, estudio de caso Spotify
25°	Karla Verónica Ruiz Velázquez	2018-B	Segmentación de mujeres madres por estilos de vida y preferencias de compra en establecimientos de alimentos y bebidas en Guadalajara
27°	César Alfredo López Lara	2019-B	Como adquirir valor de marca a través de la satisfacción electrónica del cliente en negocios digitales de Culiacán, Sinaloa
27°	Francisco Javier García Bracamontes	2019-B	El perfil ideal del candidato: El arte de influir en las elecciones en la era de personalización de la política en el estado de Nayarit