

**Autora:** MARÍA HENAR ALONSO MOSQUERA

**Título de la tesis:** *Estrategias de marketing en Internet de las empresas fabricantes y distribuidoras de productos de gran consumo*

**Director:** LUIS GUTIÉRREZ DE CABIEDES E HIDALGO DE CAVIEDES

**Tutor ponente:** ISMAEL LÓPEZ MEDEL

**Lugar y fecha de lectura:** Universidad CEU San Pablo, 1 de junio de 2010

**TRIBUNAL: Presidente:** RICARDO PALOMO ZURDO (Universidad CEU San Pablo); **Vocal:** FRANCISCO ALCAIDE HERNÁNDEZ (Universidad Nebrija); **Vocal:** JUAN BENAVIDES DELGADO (Universidad Complutense de Madrid); **Vocal:** MARÍA ROSA BERGANZA CONDE (Universidad Rey Juan Carlos); **Secretaria:** MARÍA SÁNCHEZ VALLE (Universidad CEU San Pablo)

**Calificación:** Sobresaliente *cum laude* por unanimidad

**Resumen:** Esta tesis analiza la estrategia de marketing en Internet que están desarrollando las principales empresas fabricantes y distribuidoras de productos de gran consumo que comercializan sus productos a través del canal electrónico además del punto de venta tradicional. Para ello, después de una contextualización teórica sobre el actual marco de conflicto en el que se mueve la gran distribución, compara las tácticas desarrolladas por cada una de ellas respecto de producto, precio, distribución y comunicación en ambos entornos, y realiza un análisis de contenido de los sitios web de una muestra significativa de empresas del sector.

---

**Autora:** MARTA ISABEL GONZÁLEZ ÁLVAREZ

**Título:** *Comunicación para la Solidaridad: las ONG y el papel de la comunicación social y periodística en la sensibilización de la opinión pública y el desarrollo*

**Directora:** EVA ALADRO VICO

**Lugar y fecha de lectura:** Universidad Complutense de Madrid, 30 de junio de 2010

**TRIBUNAL: Presidente:** FELICÍSIMO VALBUENA DE LA FUENTE (Universidad Complutense de Madrid); **Vocal:** JOSÉ MARÍA LEGORBURU HORTELANO (Universidad CEU San Pablo); **Vocal:** ELOÍSA NOS ALDÁS (Universitat Jaume I de Castelló); **Vocal:** JOSÉ MARÍA HERRANZ DE LA CASA (Universidad Europea Miguel de Cervantes); **Secretario:** WENCESLAO CASTAÑARES BURCIO (Universidad Complutense de Madrid).

**Calificación:** Sobresaliente *cum laude* por unanimidad

**Resumen:** Esta investigación demuestra que cuando las ONG se profesionalizan y cuentan con periodistas en sus departamentos de prensa para relacionarse con los medios de comunicación (tradicionales y alternativos) y que cuando los periodistas, tanto en las ONG como en los medios, realizan su trabajo con un alto grado de excelencia, ética y profesionalidad, la tarea de sensibilizar a la sociedad y lograr cambios de actitud es mucho más eficaz. Es lo que se denomina *Comunicación para la Solidaridad*, que no se circunscribe a las ONG de Desarrollo, sino a toda organización que trabaje en cualquier campo del sector solidario o Tercer Sector.