

# MÁSTER EN CONSUMO Y COMERCIO

## LÍNEAS DE TRABAJO O INVESTIGACIÓN - TFM

**NOTA: CADA ESTUDIANTES DEBERÁ ELEGIR 3 LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN, COMBINANDO LAS DISTINTAS ÁREAS DE CONOCIMIENTO (SÓLO SE PODRÁ ELEGIR UNA OPCIÓN POR ÁREA DE CONOCIMIENTO)**

**CURSO 2025- 2026**

<b>Propuesta de Líneas de Investigación</b>	<b>Áreas de conocimiento</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Cadenas Globales de Trabajo</li><li>▪ Género, clase social y etariedad en el Trabajo del Consumo.</li><li>▪ Sociología del consumo y praxis de la investigación de mercados en las mujeres</li></ul>	<b>Sociología Aplicada</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Derechos Humanos,</li><li>▪ Cooperación y acción humanitaria</li><li>▪ Turismo solidario</li></ul>	<b>Antropología Social y Psicología Social</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Consumo cultural y clases sociales</li><li>▪ Mediación digital del consumo cultural</li><li>▪ Jóvenes y consumo cultural digital</li><li>▪ Sociología de la música</li><li>▪ Nuevas prácticas culturales digitales</li><li>▪ Distinción, omnivoridad, etc.</li></ul>	<b>Sociología: Metodología y Teoría</b>

<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Estructura social y relaciones de género; políticas de igualdad entre mujeres y hombres;</li> <li>▪ Migraciones internacionales y gestión de la diversidad.</li> <li>▪ Políticas de inclusión (pp. empleo y mujeres)</li> </ul>	<b>Sociología: Metodología y Teoría</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Análisis Multivariante: Problemas de</b></li> <li>▪ <b>Clasificación y Segmentación de Mercados</b></li> <li>▪ <b>Estadística no Paramétrica</b></li> </ul>	<b>Economía Financiera y Actuarial y Estadística</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Derecho Civil del consumidor/a</b></li> </ul>	<b>Derecho Civil</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Mediaciones digitales del consumo</b></li> <li>▪ <b>Usos y prácticas digitales cotidianas</b></li> <li>▪ <b>La cultura fan</b></li> <li>▪ <b>Los prosumidores.</b></li> </ul>	<b>Sociología Aplicada</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Sociología de la comunicación y del consumo.</b></li> <li>▪ <b>Análisis sociológico del discurso publicitario.</b></li> </ul>	<b>Sociología Aplicada</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Decisiones en incertidumbre y riesgo</b></li> <li>▪ <b>Decisiones Estratégicas y Diversificación en el consumo</b></li> <li>▪ <b>Huella del Consumo, segmentación y Big Data</b></li> <li>▪ <b>Coste de oportunidad y decisión de consumo</b></li> <li>▪ <b>Comportamiento del consumidor</b></li> </ul>	<b>Economía Financiera y Actuarial y Estadística</b>

<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Migraciones laborales en las cadenas globales agroalimentarias y consecuencias socioambientales de la agroindustria</b></li> <li>▪ <b>Trabajo delivery y gestión algorítmica del trabajo</b></li> <li>▪ <b>Formas de organización del trabajo</b></li> </ul>	<b>Sociología Aplicada</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Psicología Social del/la consumidor/a</b></li> <li>▪ <b>Procesos Psicosociales del/la consumidor/a</b></li> </ul>	<b>Antropología Social y Psicología Social</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Emprendimiento y plan de negocios</b></li> <li>▪ <b>Modelos de internacionalización empresarial</b></li> <li>▪ <b>El comercio internacional y su papel en el desarrollo de los países más pobres</b></li> </ul>	<b>Economía Aplicada, Estructura e Historia</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Nuevas prácticas de consumo turístico</b></li> <li>▪ <b>Impactos socioculturales del turismo</b></li> <li>▪ <b>Procesos de patrimonialización y turistificación</b></li> <li>▪ <b>Imagen turística</b></li> </ul>	<b>Antropología Social y Psicología Social</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Modelización multi-criterio de los recursos naturales.</b></li> <li>▪ <b>Desarrollo rural sostenible.</b></li> <li>▪ <b>Indicadores compuestos para la evaluación de políticas de sostenibilidad.</b></li> <li>▪ <b>Seguridad hídrica.</b></li> </ul>	<b>Economía Financiera y Actuarial y Estadística</b>