

Máster Universitario en Marketing y Comportamiento del Consumidor (Interuniversitario)

El principal objetivo es desarrollar y defender un trabajo de investigación en el que el estudiante ponga de manifiesto todos los conocimientos adquiridos durante la realización del Máster. Este trabajo fin de Máster será evaluado por una comisión de profesores del Máster. El tutor realizará un trabajo personalizado con el estudiante para la orientación y seguimiento del trabajo.

Las líneas de investigación son:

- Metodología de Investigación en Consumo
- Comportamiento del Consumidor: Perspectiva Social, Ética y Jurídica
- Comportamiento del Consumidor, tecnologías de la información y comercio electrónico
- Estrategia Empresarial y Comportamiento del Consumidor
- Comunicación y Consumo
- Marketing Sectorial