

OBJETIVOS

- 1.- Propiciar un marco de relación interdisciplinar entre investigadores que facilite la relación, el intercambio y el debate de ideas.
- 2.- Revisar el tema del mercado no tanto como fenómeno económico sino como ámbito de contactos e intercambios.
- 3.- Desarrollar, en la pretensión de renovación, el siguiente esquema científico:
 - 3.1. El mercado medieval: función y repercusión.
 - 3.2. Las redes comerciales como eje vertebrador del territorio.
 - 3.3. Relaciones entre mercado, comercio y consumo
 - 3.4. Mercado, alimentación y mentalidad
 - 3.5. Contactos e intercambios en la edad media: un mundo cada vez más conocido
 - 3.6. Peregrinos, viajeros y comerciantes recorriendo el mundo
 - 3.7. Contenidos de la nueva economía
 - 3.8. Valores de la nueva ética económica
 - 3.9. El pensamiento cívico urbano
 - 3.10. Mercado, comercio i comportamiento: nuevas regulaciones
 - 3.11. Mercado, comercio i estrategias políticas
 - 3.12. Evolución conceptual i diacrónica.
4. Publicación de referencia. Culminar la aportación con una obra de referencia que reúna a los principales especialistas en los distintos campos e incluso aporte los debates conceptuales.