



DOCTORADO EN MARKETING

Información general

Organización:	Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados
Universidades participantes:	Universitat de València Universitat Jaume I de Castellón
Contacto para información de carácter administrativo:	doctorado@uv.es
Contacto para información de carácter académico:	Enrique Bigné Alcañiz (Enrique.Bigne@uv.es) doctorado.marketing@uv.es
Periodo de formación del Programa de Doctorado:	Máster en Marketing e Investigación de Mercados
Más información sobre el periodo de formación :	http://www.uv.es/pop/ofertamasterssp.htm http://www.doctoradomarketing.com
Proviene de un Programa de Doctorado con mención de calidad	<input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No

Descripción

El propósito de este programa de doctorado es la formación especializada de investigadores e investigadoras en el campo del marketing mediante las técnicas y metodologías más avanzadas en este campo, con especial énfasis –a diferencia de otros programas- en los conocimientos y fundamentos teóricos de esta área de estudio.

Objetivos

- Dotar a los estudiantes de técnicas y metodologías de la investigación propias del área, así como la comprensión de las bases teóricas y científicas necesarias para analizar y entender la realidad observable.
- Promover el desarrollo de la investigación en marketing.
- Formar específicamente para la elaboración de la tesis doctoral.

Requisitos Específicos de Admisión

Los estudiantes serán admitidos en el Programa de Doctorado en su periodo de investigación conforme a los siguientes requisitos de admisión específicos y criterios de valoración de méritos:

- Requisitos de admisión específicos:

Una vez admitido a la fase de investigación, todos los alumnos (excepto los que provengan del DEA del programa de doctorado interuniversitario de marketing) deberán cursar un total de 30 créditos ECTS de formación complementaria. Adicionalmente, los alumnos que hayan superado el postgrado en Marketing e Investigación de Mercados (RD 56/2005) en su modalidad investigadora, tampoco deberán cursar dichos créditos.

- Criterios de valoración de méritos:
 - Calificación media: hasta 4 puntos.
 - Formación de partida (título con el que se ingresa y otros): hasta 5 puntos (en este sentido tendrán acceso prioritario los estudiantes procedentes del grado en ADE con itinerario curricular en marketing).
 - Experiencia profesional y docente acreditada: hasta 3 puntos.
 - Investigación acreditada: hasta 4 puntos.
 - Idiomas acreditados: hasta 1 punto.
 - Propuesta general de investigación: hasta 1 punto.
 - Becas para la realización del doctorado: hasta 2 puntos.
 - Entrevista personal/carta motivación: hasta 1 punto.

El órgano encargado de la admisión de estudiantes será la Comisión de Coordinación del Doctorado (CCD).

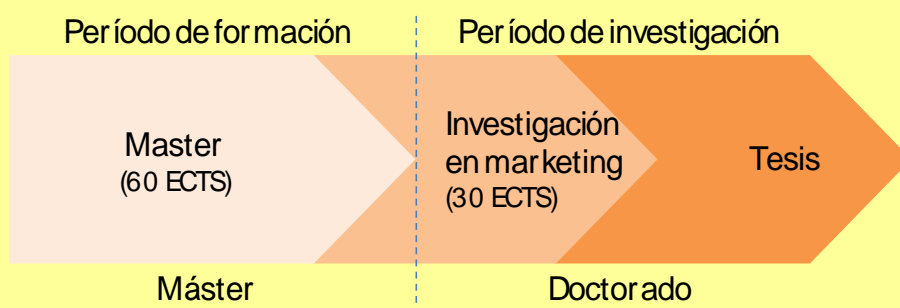
Criterios de Selección (En el caso de que la demanda supera la oferta)

Se ordenarán en función de los criterios de valoración que constan en el punto anterior.

Estructura del Programa (Código 3040)

Para realizar el doctorado en "Marketing" (periodo de investigación) se requiere un periodo de formación previo ofrecido por el máster interuniversitario en "Marketing e investigación de mercados", de 60 créditos ECTS, u otro máster oficial.

En concreto, el período de investigación se articula en torno a dos actividades fundamentales: la formación complementaria especializada en investigación científica en marketing (30 créditos ECTS) y la realización de la tesis doctoral. El gráfico siguiente muestra la secuencia de actividades:



Contenidos y materias

Las materias de formación complementaria especializada en investigación científica en marketing se estructuran en dos módulos:

- Marketing Científico (15 créditos ECTS). Coordinador: Enrique Bigné.
- Trabajo de Investigación en Marketing (15 créditos ECTS). Coordinador: Joaquín Aldás.



Cada módulo se subdivide en materias según el siguiente detalle:

- Módulo Marketing Científico (15 créditos ECTS):
 - Historia y Teoría de Marketing (2 créditos).
 - Líneas de Investigación en Marketing: (i) Comportamiento del Consumidor; (ii) Estrategia y Gestión de la Distribución Comercial; (iii) Producto (bienes y servicios), Marca y Precio; (iv) Publicidad; (v) Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Dirección de Ventas (10 créditos).
 - Análisis de Datos Avanzados (3 créditos).
- Módulo Trabajo de Investigación en Marketing (15 créditos ECTS):
 - Metodología de Investigación Científica (3 créditos).
 - Trabajo de Investigación: Realización de un trabajo de investigación supervisado por un tutor asignado por la Comisión de Coordinación Doctoral (CCD), orientado a probar su capacidad investigadora y a la aportación al conocimiento científico en marketing (12 créditos).

Puede consultar la guía académica en <http://doctoradomarketing.com>

Más información en <http://doctoradomarketing.com>

Líneas de investigación

Las áreas de investigación son las que se relacionan a continuación:

- Canales de distribución.
- Comportamiento del consumidor.
- Marketing de servicios.
- Marketing estratégico.
- Marketing internacional.
- Marketing turístico.
- Producto, marca y precio.
- Publicidad y promoción integrada de marketing.
- Ventas.
- Nuevas tecnologías en marketing.

Directores/as de tesis doctorales

DOCTORADO EN MARKETING

Universitat de València

Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados

NOMBRE	CATEGORÍA	Email
Dr. Enrique Bigné Alcañiz	CU	Enrique.bigne@uv.es
Dra. Amparo Cervera Taulet	CU	Amparo.cervera@uv.es
Dra. Irene Gil Saura	CU	Irene.gil@uv.es
Dra. Inés Küster Boluda	CU	Ines.kuster@uv.es
Dr. Alejandro Mollá Descals	CU	Alejandro.molla@uv.es



Dr. Marcelo Royo Vela	CU	Marcelo.royo@uv.es
Dra. Natalia Vila López	CU	Natalia.vila@uv.es
Dr. Joaquín Aldás Manzano	TU	Joaquin.aldas@uv.es
Dra. Luisa Andreu Simó	TU	Luisa.andreu@uv.es
Dra. Gloria Berenguer Contrí	CEU	Gloria.berenguer@uv.es
Dra. Haydeé Calderón García	TU	Haydee.calderon@uv.es
Dra. Eva M ^a Caplliure Giner	TU	Eva.caplliure@uv.es
Dr. Manuel Cuadrado García	TU	Manuel.cuadrado@uv.es
Dr. Antonio C. Cuenca Ballester	TU	Antonio.cuenca@uv.es
Dra. Marta Frasquet Deltoro	TU	Marta.frasquet@uv.es
Dra. M ^a José Miquel Romero	TU	Maria.j.miquel@uv.es
Dra. Silvia Sanz Blas	TU	Silvia.sanz@uv.es

Universitat Jaume I de Castelló
Departamento Administración de Empresas y Marketing

NOMBRE	CATEGORÍA	Email
Dr. Miguel Ángel Moliner Tena	CU	amoliner@emp.uji.es
Dr. Andreu Blesa Pérez	TU	blesa@emp.uji.es
Dr. Luis Callarisa Fiol	TU	callaris@emp.uji.es
Dr. Javier Sánchez García	TU	jsanchez@emp.uji.es
Dra. Teresa Vallet Bellmunt	TU	vallet@emp.uji.es

CU: Catedrático de Universidad; TU: Titular de Universidad; CEU: Catedrática de Escuela Universitaria