

DENOMINACIÓN
D043-01 Programa Oficial de Postgrado en Marketing Doctor por las universidades de València, Politécnica de València, Jaume I de Castellón y Alacant
OBJETIVOS Y ORGANIZACIÓN DEL DOCTORADO
Línea de investigación Descriptores Dirección de marketing Análisis del entorno competitivo. Grupos competitivos y grupos estratégicos de empresas. Metodologías de identificación. Dinámica y predicción de la estructura de la industria. Rivalidad y diferencias de resultados. Comportamiento del consumidor Paradigmas de investigación en comportamiento del consumidor, análisis histórico de la evolución de la disciplina, principales temas de investigación a lo largo de la historia, modelización de la elección, satisfacción del consumidor, futuras líneas de investigación. Estrategia y gestión de la distribución comercial 2créd. (Activada 2008-09) Tendencias en la distribución comercial. Nuevos formatos comerciales. Relaciones del canal. Producto, marca y precio Análisis y aplicación de las últimas tendencias de investigación académicas sobre producto, marca y precio. Publicidad 2créd. (Activada 2008-09) Naturaleza y ámbito de la investigación en publicidad. Marco de estudio del funcionamiento de la publicidad. Relación ventas publicidad. Modelos de procesamiento. Modelos de planificación de medios. Nuevas tecnologías aplicadas a la dirección de ventas 2créd. (Activada 2008-09) La aplicación de las nuevas tecnologías en la dirección de ventas. La venta relacional y otros enfoques de venta. La venta por televisión. La venta on-line y otras nuevas tecnologías en la venta personal Marketing no empresarial y de ocio Dimensiones del ocio: lúdica, creativa, festiva, ambiental, ecológica y solidaria. Marketing deportivo. Marketing de las artes y la cultura. Comercio y ocio. Marketing y negociación entre culturas Investigación en marketing turístico. Contextualización en un entorno internacional, análisis del concepto y componentes de la cultura. Marketing y agricultura. Modelos de decisión multicriterio en marketing 2créd. (Activada 2008-09) Modelos de decisión Discretos (Compensatorios y No compensatorios) . Modelos de decisión Continuos (Multiobjetivo y Multimeta). La inclusión del riesgo en la decisión. Técnicas de resolución (Lingo 6.0, Derive 5.0 y Simulación).

CRITERIOS DE ADMISIÓN Y SELECCIÓN DE DOCTORANDOS/AS

El estudiante deberá acreditar conocimientos en las siguientes materias:

1. Fundamentos de marketing. Conocimientos básicos de la función de marketing en la empresa y de las cuatro herramientas que conforman el marketing mix u operativo: producto, precio, distribución y comunicación.
2. Investigación comercial. Elementos básicos para el diseño y desarrollo de una investigación de mercados.
3. Estadística. Estadística descriptiva y aplicada.
4. Economía de la empresa. Gestión de la empresa a nivel introductorio.

Dichos conocimientos podrán acreditarse por una de estas dos vías:

- a) Certificado de notas de su universidad de procedencia de haber cursado y superado las materias indicadas. Su equivalencia en créditos podrá acreditarse entre lo cursado en varias asignaturas que contemplen un total de 6 créditos.
- b) Experiencia profesional probada en el campo del marketing y/o de la investigación de mercados a valorar por la comisión de postgrado pertinente de cada uno de los departamentos participantes que en todo caso se acogerá a los criterios de valoración de méritos establecidos por cada una de las universidades participantes según RD 56/2005.

Aquellos estudiantes que no puedan acreditar los conocimientos indicados ni por la vía a) académica ni por la vía b) experiencia profesional, deberán cursar las materias pertinentes en aquellas titulaciones en las que se oferten.

Adicionalmente los alumnos que inscriban su tesis doctoral sin haber cursado el Master en Marketing e Investigación de Mercados, deberán de cursar obligatoriamente las siguientes materias incluidas en la oferta académica de dicho Master:

- Análisis de datos avanzados (3cred.)
- Metodología científica (modalidad investigadora) (3cred.)
- Líneas de investigación activas en el curso vigente (4 líneas x 2 cred.)
- Seminario de doctorado (1créd.)
- Trabajo de investigación (12 créd.)

Para poder defender la Tesis Doctoral, el estudiante deberá acreditar la superación de estos 27 créditos.

**RELACIÓN DE PROFESORES/AS E INVESTIGADORES/AS
DIRECTORES/AS DE TESIS DOCTORALES**

Universitat de València

Dr. Enrique Bigné Alcañiz Dra. Irene Gil Saura Dr. Alejandro Mollá Descals Dr.
Joaquín Aldás Manzano Dra. Gloria Berenguer Contrí Dra. Haydee Calderón García
Dra. Eva Caplliure Giner Dra. Amparo Cervera Taulet Dr. Manuel Cuadrado García
Dr. A. Carlos Cuenca Ballester Dra. Marta Frasset del Toro Dra. Inés Küster Boluda
Dra. Ma José Miquel Romero Dr. Marcelo Royo Vela Dra. Natalia Vila López Dra.
Luisa Andreu Simó Dra. Silvia Sanz Blas

Universitat Jaume I de Castelló

Dr. Miguel Ángel Moliner Tena Dr. Javier Sánchez García Dra. Teresa Vallet
Bellmunt Dr. Andreu Blesa Pérez Dr. Luis Callarisa Fiol

Universitat d'Alacant

Dr. Francisco J. Mas Ruiz Dra. Aurora Calderón Martínez Dr. Juan Luis Nicolau
Gonzálbez

Universitat Politècnica de València

Dr. José S. Clemente Ricolfe
Dra. Carmen Escribá Pérez
Dr. Luis Miquel Rivera Vilas