

PRINCIPIOS DEL MODELO EDUCATIVO

El modelo educativo de la UJI se rige por diez principios íntimamente relacionados y que no se pueden entender sin considerarlos como un todo:

- | | |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollo integral del estudiantado | <ol style="list-style-type: none"> 5. Impulso de la internacionalización |
| <ol style="list-style-type: none"> 2. Fomento de la ética y la responsabilidad social | <ol style="list-style-type: none"> 6. Compromiso con la lengua propia y con el multilingüismo |
| <ol style="list-style-type: none"> 3. Compromiso con el desarrollo y la cohesión social y territorial | <ol style="list-style-type: none"> 7. Incentivación del uso de las TIC |
| <ol style="list-style-type: none"> 4. Cultivo de la vocación investigadora | <ol style="list-style-type: none"> 8. Mejora continua de la calidad |
| | <ol style="list-style-type: none"> 9. Impulso de la empleabilidad y del espíritu emprendedor inteligente |
| | <ol style="list-style-type: none"> 10. Promoción de la formación a lo largo de la vida |



Escuela de Doctorado

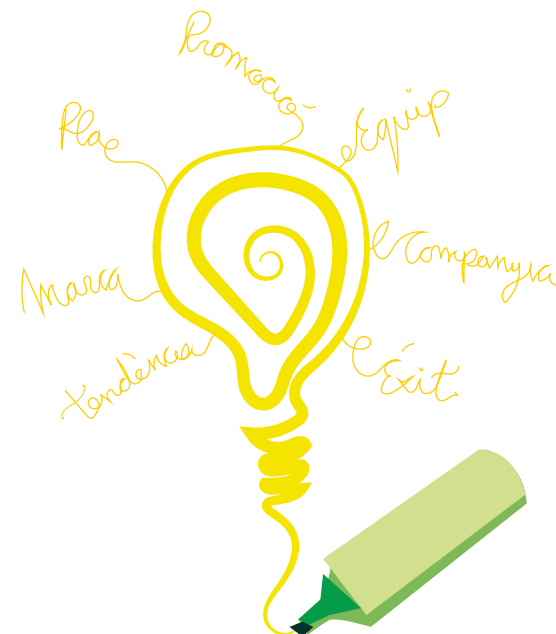
Más información:
Escuela de Doctorado y Consejo Social
info@uji.es

Información académica:
Programa de Doctorado en Marketing
Javier Sánchez García
jsanchez@uji.es
www.doctoradomarketing.uji.es

www.doctorado.uji.es



Marketing



Presentación

El objetivo principal del doctorado es crear un cuerpo de investigadores en marketing que se incorporen al mercado laboral aportando al tejido económico valor añadido basado en el conocimiento, que permita hacer avanzar las prácticas empresariales hacia mejores prácticas en materia de marketing. Estos investigadores e investigadoras deberán, también, ser capaces de aportar a la comunidad científica investigaciones de calidad, de tal forma que la inversión realizada en su formación no solo recaiga sobre el tejido productivo sino también contribuya a hacer avanzar el conocimiento académico reiniciando el círculo virtuoso que acabará en nuevas mejoras en la gestión empresarial.

Coordinación

Javier Sánchez García (jsanchez@uji.es)

Líneas de investigación del programa

- Comportamiento del consumidor
- Distribución comercial
- Comunicación y nuevas tecnologías
- Aplicaciones sectoriales del marketing
- Marketing internacional

Oferta de plazas: 30.

Acceso

Consulta en la web los requisitos generales de acceso a estudios de doctorado según la legislación española y el calendario y procedimiento de presentación de solicitudes de preinscripción a los estudios.

Perfil de ingreso

Deberán haber cursado el máster en Marketing e Investigación de Mercados asociado a este programa de doctorado. En caso de estar en posesión del diploma de estudios avanzados (DEA), obtenido de acuerdo con lo dispuesto en el RD 778/98 o haber alcanzado la suficiencia investigadora según lo regulado por el RD 185/85, deberán haberlo cursado en programas de doctorado afines a éste.

Se exige el dominio hablado y escrito del español equivalente al nivel C1.

Otros perfiles de ingreso:

También podrán ser admitidos quienes hayan cursado otros estudios de máster diferentes a los señalados en el punto anterior, siempre que la Comisión Académica del Programa de Doctorado considere en el proceso de valoración de sus currículos, que la formación recibida previamente en marketing, investigación de mercados, estadística y economía de la empresa son suficientes para cursar con aprovechamiento las actividades formativas.

En todos estos casos se exige el dominio hablado y escrito del español equivalente al nivel C1.

Actividades formativas

Los programas de doctorado de la Universitat Jaume I están diseñados en base a un conjunto de actividades formativas que se realizan en paralelo a la elaboración de la tesis doctoral. Estas actividades comprenden formación transversal, común en todos los programas de doctorado, y específica, propia del campo de estudio en el que se inscribe el programa.

Actividades específicas del programa:

- Taller para la elaboración del trabajo de investigación
- Marketing científico
- La redacción de artículos científicos
- Citas e impactos: evaluación de la actividad investigadora en humanidades y ciencias sociales
- RefWorks 2.0 para la gestión de la bibliografía personal en humanidades y ciencias sociales
- Evaluación de la actividad investigadora y la publicación científica en abierto

Actividades formativas transversales de la Escuela de Doctorado:

- Este programa se dirige a los futuros doctores y doctoras para facilitar la adquisición de competencias y habilidades investigadoras relacionadas con la investigación científica de calidad. Consulta en la web la oferta de cursos y su calendario durante este curso académico.

Elaboración y defensa de la tesis doctoral

La tesis doctoral consiste en un trabajo original de investigación en cualquier ámbito del conocimiento elaborado por el doctorando o doctoranda bajo la dirección de un doctor o doctora con experiencia investigadora acreditada. Con la elaboración de la tesis, el doctorando tiene que mostrar competencia para desarrollar un trabajo autónomo en el ámbito del I+D+i. La tesis doctoral se evalúa en el acto de defensa que consiste en la exposición por el doctorando o doctoranda del trabajo de investigación ante un tribunal evaluador en sesión pública.

Duración de los estudios

Los estudios se pueden cursar a tiempo completo o a tiempo parcial. El régimen ordinario de los estudios está a tiempo completo. El plazo legalmente establecido para el depósito de la tesis doctoral, contado desde la fecha de admisión al programa, es de tres años para estudiantado a tiempo completo y de cinco años por estudiantes a tiempo parcial. Se contempla la posibilidad de solicitar prórrogas para extender este periodo.