11-12

GUÍA DE ESTUDIO DE LDI



MÉTODOS CUANTITATIVOS APLICADOS A LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL

CÓDIGO 01653304

UNED

11-12

MÉTODOS CUANTITATIVOS APLICADOS A LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL

CÓDIGO 01653304

ÍNDICE

OBJETIVOS
CONTENIDOS
EQUIPO DOCENTE
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
SISTEMA DE EVALUACIÓN
HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

OBJETIVOS

Se trata de ofrecer al alumno una panorámica general de la metodología multivariante y sus aplicaciones prácticas. Se pretende que el alumno conozca las implicaciones de cada método de análisis, considerando su campo de aplicación junto con la formulación e interpretación del mismo.
El estudio de esta materia debe hacerse intentando entender los diferentes conceptos y su aplicación, para lo cual hay suficientes ejemplos en el interior de cada capítulo en la bibliografía recomendada.

CONTENIDOS

El objetivo de la asignatura es conocer las implicaciones de los diferentes tipos de Análisis Multivariante.
Son necesarios conocimientos previos de Inferencia estadística y cálculo de probabilidades, contraste de hipótesis, análisis matemático y cálculo matricial.
La asignatura aborda el estudio de los siguientes temas:
Tema 1. Introducción al Análisis multivariante.Tema 2. Análisis de la varianza.Tema 3. Análisis factorial.Tema 4. Análisis de conglomerados (cluster).Tema 5. Análisis de correspondencias.Tema 6. Escalonamiento multidimensional.Tema 7. Análisis conjunto.

EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos	PEDRO GONZALO CORTIÑAS VAZQUEZ
Correo Electrónico	pcortinas@cee.uned.es
Teléfono	91398-9458
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA APLICADA Y ESTADÍSTICA

Nombre y Apellidos	IÑIGO TEJERA MARTIN
Correo Electrónico	itejera@cee.uned.es
Teléfono	91398-9336
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA APLICADA Y ESTADÍSTICA

Nombre y Apellidos	MARIA CRISTINA SANCHEZ FIGUEROA
Correo Electrónico	csanchez@cee.uned.es
Teléfono	91398-6332
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA APLICADA Y ESTADÍSTICA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

ISBN(13):9788480045643
Título:DISEÑO DE ENCUESTAS PARA ESTUDIOS DE MERCADO. TÉCNICAS DE MUESTREO Y ANÁLISIS MULTIVARIANTE (1ª)
Autor/es:Santos Peñas, Julián ; Cortiñas Vázquez, Pedro ; Juez Martel, Pedro ; Muñoz Alamillos, Ángel ;
Editorial:CERA

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

ISBN(13):9788436814163
Título:TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS EN INVESTIGACIÓN DE MERCADOS (1)
Autor/es:Luque Martínez, Teodoro ;
Editorial:EDICIONES PIRÁMIDE, S.A.

ISBN(13):9788483220351
Título:ANÁLISIS MULTIVARIANTE
Autor/es:Hair, Joseph F. ;
Editorial:PEARSON ALHAMBRA

SISTEMA DE EVALUACIÓN

La prueba presencial constará de dos partes:
a) Teórica, donde habrá de contestar a tres cuestiones cortas y una más larga en la que acredite su capacidad para desarrollar algún aspecto teórico de los contemplados en el programa.
b) Práctica, que consistirá en una aplicación sobre los capítulos
CRITERIOS GENERALES PARA LA EVALUACIÓN FINAL
Para superar la asignatura, el alumno habrá de demostrar una mínima preparación en cada una de las partes de que consta la prueba personal, siendo la nota final la suma de las obtenidas en cada una de ellas.
La valoración del examen será de 3 ptos. para la pregunta teórica larga, 1 pto. para cada pregunta teórica corta y 4 ptos. para la aplicación práctica.

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

El horario de guardia de la asignatura para atender al alumno es el siguiente:
Lunes, de 16 a 20 h. Tel.: 91 398 63 32 Fax: 91 398 63 35
Correo electrónico: pcortinas@cee.uned.es

IGUALDAD DE GÉNERO

En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, todas las denominaciones que en esta Guía hacen referencia a órganos de gobierno unipersonales, de representación, o miembros de la comunidad universitaria y se efectúan en género masculino, cuando no se hayan sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.