

Curso Académico: (2018 / 2019)

Fecha de revisión: 03-04-2018

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Economía de la Empresa

Coordinador/a: VIDAL SANZ, JOSE MANUEL

Tipo: Optativa Créditos ECTS : 5.0

Curso : 2 Cuatrimestre : 1

REQUISITOS (ASIGNATURAS O MATERIAS CUYO CONOCIMIENTO SE PRESUPONE)

Marketing
Regression
Research Methods

OBJETIVOS

Los estudiantes aprenderán técnicas estándares de investigación de mercado, incluyendo métodos de investigación cualitativa y cuantitativa.

Los estudiantes se familiarizarán con modelos analíticos de uso frecuente en marketing cuantitativo.

Tras finalizar el curso, los alumnos deberán haber desarrollado habilidades para construir modelos para investigación de mercados basados en datos.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

El curso proporciona una panorámica de técnicas cuantitativas de uso habitual en marketing. No solo se proporciona una visión teórica, también se revisan artículos de investigación. Los temas considerados son:

- Investigación de mercados
- Modelización en marketing
- Técnicas econométricas para marketing
- Revisión de la literatura.

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

Clases teóricas, y prácticas, con exposición de trabajos de investigación, los estudiantes también desarrollarán un proyecto individual.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

There will be assignments and research papers to develop practical skills (accounting for 40% of the grade). The final exam accounts for 60% of the grade.

WARNING: In order to pass the subject, it is compulsory to pass the final exam; otherwise the assignments graded during the course will not be computed.

Peso porcentual del Examen Final: 60

Peso porcentual del resto de la evaluación: 40

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Babin, B. J., & Zikmund, W. G. Essentials of marketing research., Nelson Education., 2015
- Lehmann, Donald R., Sunil Gupta, and Joel H. Steckel. Marketing research. , Addison-Wesley, 1998
- William R. Dillon, Thomas J. Madden. Marketing research in a marketing environment. , Irwin. , 1994