

Asignatura  
**INVESTIGACIÓN COMERCIAL II**

Curso	Ciclo	Quatrimestre
1996-1997	2º	Febrero-Mayo

**PROGRAMA**

Profesor	Tutoría
T.Obis / J. Rialp	Martes de 10.30 a 12.00 h. y de 16.30 a 18.00 h.

**PARTE I. INTRODUCCIÓN Y APLICACIONES DE LA ECONOMETRÍA  
A LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL**

- Tema 1. Presentación de la asignatura. Clasificación de las técnicas de análisis multivariante.
- Tema 2. Diseños experimentales y análisis de varianza.
- Tema 3. Análisis de regresión lineal simple y múltiple.
- Tema 4. Análisis de series temporales.

**PARTE II. TÉCNICAS DE ANÁLISIS MULTIVARIANTE UTILIZADAS EN  
LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL.**

- Tema 5. Análisis discriminante.
- Tema 6. Análisis de grupos (*cluster*).
- Tema 7. Análisis factorial.
- Tema 8. Análisis de correspondencias.
- Tema 9. Análisis multidimensional.
- Tema 10. Análisis conjunto.
- Tema 11. Otras técnicas de análisis multivariante.

**BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:**

AAKER, David A. y DAY, George S. (1989): *Investigación de mercados*. McGraw-Hill. 3ª edición (2ª en español). México.

BISQUERRA ALZINA, Rafael (1989): *Introducción conceptual al análisis multivariante: un enfoque informático con los paquetes SPSS-X, BMDP, LISREL y SPAD*. Vol. I y II. Promociones y Publicaciones Universitarias. Barcelona.

KACHIGAN, S. K. (1991): *Multivariate statistical analysis, a conceptual introduction*. Radius Press. 2ª edición.

MALHOTRA, Naresh K. (1993): *Marketing research: an applied orientation*. Prentice Hall. Englewood Cliffs, New Jersey.

NORUSIS, Marija J. (1983): *SPSS<sup>X</sup> Introductory statistics guide*. McGraw Hill, SPSS Inc. New York.

NORUSIS, Marija J. (1985): *SPSS<sup>X</sup> Advanced statistics guide*. McGraw Hill, SPSS Inc. New York.

ORTEGA MARTÍNEZ, Enrique (ed.) (1990): *Manual de investigación comercial*. Ediciones Pirámide. Madrid.

- Publicaciones internas de la asignatura.

**OTRA BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA:**

ABASCAL, Elena y GRANDE, Ildefonso (1989): *Métodos multivariantes para la investigación comercial. Teoría, aplicaciones y programación*. BASIC. Ariel Economía. Barcelona.

DILLON, William R. y GOLDSTEIN, Matthew (1984): *Multivariate analysis methods and applications*. John Wiley & Sons. New York.

KMENTA, Jan (1980): *Elementos de econometría*. Ediciones Vicens Vives. Barcelona. 2ª edición.

LILIEN, Gary L., KOTLER, Philip y MOORTHY, K. Sridhar (1992): *Marketing models*. Prentice Hall. Englewood Cliffs, New Jersey.

WEIERS, Ronald M. (1986): *Investigación de mercados*. Prentice Hall Hispanoamericana, S.A. México.

## **PROGRAMA**

### **Parte I: Conceptos Básicos**

1. Introducción.
2. Tipo de Cambio. Conceptos.
3. Balanza de Pagos.
4. Perspectiva Histórica.

### **Parte II: Desarrollo Analítico**

5. Modelo Básico de Determinación del Tipo de Cambio.
6. Análisis a Corto y a Largo Plazo.
7. Análisis con Tipos de Cambio Fijos.
8. Análisis con tipos de Cambio Variables.

### **Parte III: Aplicaciones**

9. Evidencia Empírica
10. El Sistema Monetario Europeo

### **Referencias:**

- Krugman, P.R. y Obstfeld, M (1995), *Economía Internacional. Teoría y Política*, McGraw-Hill.
- McCallum, Bennett T. (1996), *International Monetary Economics*, Oxford University Press.
- Ribera-Batiz, F.L. and Ribera-Batiz, L (1985), *International Finance and Open Economy Macroeconomics*, Macmillan.