

Assignatura

INVESTIGACIÓ COMERCIAL II

Curs	Cicle	Quadrimestre	Codi de l'assignatura
1998-1999	2n	febrer-maig	22313

Grup	Professors	Grup	Professors
01	Ricard Jornet / Teresa Obis	51	Ricard Jornet / Teresa Obis

DESCRIPTOR DE L'ASSIGNATURA

Tabulació d'enquestes i validació de resultats. Regressió lineal simple i múltiple. Anàlisi de proximitats. Anàlisi factorial. Anàlisi discriminant. Elaboració de l'informe.

PROGRAMA

Parte I. Introducción y aplicaciones de la econometría a la investigación comercial

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

Parte II. Técnicas de análisis multivariante utilizadas en la investigación comercial.

5. Análisis discriminante.
6. Análisis de grupos (*cluster*).
7. Análisis factorial.
8. Análisis de correspondencias.
9. Análisis multidimensional.
10. Análisis conjunto.
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 multivariable: 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^X Introductory statistics guide*. McGraw Hill, SPSS Inc. New York.

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

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

SANTESMASES, Miguel (1997): *DYANE (Diseño y Análisis de Encuestas)*. De. Pirámide.

- 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.

TUTORIAS

Professor	Horario tutoría	Despacho	Teléfono
Jornet, R.		B1-132	93 581 22 71
Obis, T.		B1-132	93 581 22 71