

GUÍA DOCENTE ABREVIADA DE LA ASIGNATURA

M239 - Métodos Cuantitativos de Investigación

Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas)

Curso Académico 2019-2020

1. DATOS IDENTIFICATIVOS					
Título/s	Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas)			Tipología y Curso	Obligatoria. Curso 1
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales				
Módulo / materia	ASIGNATURAS OBLIGATORIAS DE MARKETING				
Código y denominación	M239 - Métodos Cuantitativos de Investigación				
Créditos ECTS	2,5	Cuatrimestre	Cuatrimestral (1)		
Web					
Idioma de impartición	Español	English friendly	No	Forma de impartición	Presencial

Departamento	DPTO. ADMINISTRACION DE EMPRESAS				
Profesor responsable	JOSE MANUEL FERNANDEZ POLANCO				
E-mail	jm.fernandez@unican.es				
Número despacho	Edificio de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales. Planta: + 2. DESPACHO (E250)				
Otros profesores					

3.1 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- En el entorno actual las decisiones de marketing han ganado en extensión y complejidad. En este escenario la investigación de mercados se convierte en un instrumento clave para las empresas, de vital importancia para el desarrollo de estrategias comerciales. Dentro de la investigación de mercados cobra especial relevancia el conocimiento de técnicas de análisis de datos. Concretamente, la presente asignatura profundiza en los principales métodos estadísticos multivariantes y su aplicación al mercado con diversos programas estadísticos. Se prestará especial atención a identificar la utilidad práctica de cada una de las técnicas estudiadas para la resolución de problemas particulares en la gestión de la empresa

4. OBJETIVOS

1. Comprender las características básicas de las metodologías de investigación cuantitativas avanzadas.
2. Conocer los fundamentos teóricos y estadísticos de las técnicas de investigación cuantitativas avanzadas.
3. Adquirir la capacidad para utilizar técnicas de investigación cuantitativas avanzadas a través de software específico.

6. ORGANIZACIÓN DOCENTE

CONTENIDOS

1	Análisis factorial y cluster
2	Análisis de correspondencia
3	Regresión
4	Análisis discriminante

7. MÉTODOS DE LA EVALUACIÓN

Descripción	Tipología	Eval. Final	Recuper.	%
Examen individual	Examen escrito	No	Sí	50,00
Trabajo en grupo	Trabajo	No	Sí	40,00
Participación individual	Otros	No	No	10,00
TOTAL				100,00
Observaciones				
El estudiante superará la asignatura cuando la puntuación global, media ponderada de las anteriores evaluaciones, sea igual o superior a 5 (máxima de 10). En caso de no superarse la asignatura, el alumno deberá recuperar aquella o aquellas pruebas marcadas como recuperables que no se hayan superado en la evaluación.				
Observaciones para alumnos a tiempo parcial				
La evaluación consistirá en un único examen final escrito.				

8. BIBLIOGRAFÍA Y MATERIALES DIDÁCTICOS

BÁSICA

- Hair, J. F., Anderson, R.E., Thatam, R.L. y Black, W.C. (1999): Análisis Multivariante. Editorial Prentice Hall. Madrid.
- Uriel, E. y Aldás, J. (2005): Análisis multivariante aplicado. Editorial Thomson. Madrid.

Esta es la Guía Docente abreviada de la asignatura. Tienes también publicada en la Web la información más detallada de la asignatura en la Guía Docente Completa.