

NOMBRE DEL CURSO	ANÁLISIS MULTIVARIANTE
DESCRIPCIÓN DEL CURSO	Esta Asignatura pretende que el alumno sea capaz de desarrollar la capacidad para diagnosticar problemas de mercado, por medio del uso de instrumental matemático estadístico a nivel inferencial y que pueda proponer posibles soluciones integrales de segmentación, posicionamiento de producto y de marca. Por medio de una metodología basada en análisis multivariante y de aplicación conceptual a casos reales se relevarán las distintas herramientas de gestión del marketing.
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprender los conceptos de muestra aleatoria e Inferencia Estadística para la estimación de parámetros de un modelo de probabilidad y realizar estimaciones por intervalos y contrastes paramétricos. ▪ Formular modelos de análisis inferencial para distintas situaciones problemáticas del mercado.
CONTENIDOS	<p>CONTENIDO GENERAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Introducción al proceso de toma de decisiones de compra ▪ Modelos de percepción ▪ Modelos de preferencia ▪ Modelos de elección de compra y satisfacción ▪ Modelos de Cluster y de Ecuaciones Estructurales