



Control 1a

JUEVES 2 DE SEPTIEMBRE DE 2004

Pregunta 1

Explique la diferencia entre modelo normativo(decisión) y modelo descriptivo(descripción). Dé un ejemplo de cada tipo de modelo en una aplicación de marketing.

Pregunta 2

Describa dos problemas aparecidos al modelar las decisiones de un segmento respecto a la compra entre las distintas marcas usando una regla de primera opción (maximización de utilidades).

Pregunta 3

Describa dos características debe tener un mercado para que las compras de los consumidores queden bien representados por una visión de proceso. Dé un ejemplo en el que se aplique y otro en el que no se aplique.

Pregunta 4

Explique en que consiste la rotación de factores y explique cuál es su utilidad en el contexto del estudio de las percepciones. Describa brevemente un criterio de rotación posible.

Pregunta 5

Explique cómo determinar el número de factores adecuado en la aplicación de la técnica de componentes principales. Justifique su respuesta.

Pregunta 6

Explique brevemente en qué consiste y de un ejemplo para cada uno de los siguientes conceptos en el contexto del análisis de conglomerados:

- Medidas de asociación.
- Métodos de asignación.