

Curso IN5602 – Marketing II
Semestre Primavera 2011

Marcel Goic

CALENDARIO TENTATIVO (actualizado al 06 de Octubre de 2011)

Sem	Fecha	Lunes	Miércoles	Auxiliar	Tareas
1	10-Oct	Feriado	Introducción		
2	17-Oct	Modelos de Comportamiento, Estimación y Heterogeneidad	Introducción a Modelos probabilísticos y Modelo de duración en tiempo discreto	Excel	
3	24-Oct	Modelos de duración en tiempo continuo sin dependencia en la duración.	Modelos de duración en tiempo continuo con dependencia en la duración.	Soporte T1	T1
4	31-Oct	Feriado	Modelos de conteo.		
5	07-Nov	Modelos de elección.	Esperanzas condicionales		
6	14-Nov	Variables explicativas y Evaluación de Modelos	Modelos integrados y otras extensiones	Soporte T2	T2
7	21-Nov	Análisis de Bases de Datos de Clientes con Relaciones Contractuales	Análisis de Bases de Datos de Clientes con Relaciones no Contractuales	CONTROL 1	
8	28-Nov	<i>Aplicación: CDNOW</i>	Introducción a modelos estructurales en marketing		
9	05-Dic	Logit.	Probit.	R	
10	12-Dic	Estimación del modelo Logit	Extensiones: Teorías de comportamiento y Logit anidado	Soporte T3	T3
11	19-Dic	Heterogeneidad discreta en Modelos Logit	Heterogeneidad continua en Modelos Logit.	Bayesm	
12	26-Dic	El enfoque bayesiano.	Modelo de regresión lineal jerárquico bayesiano.	CONTROL 2	
13	02-Ene	Implementación del modelo de regresión lineal jerárquico bayesiano	<i>Aplicación: Pricing y Micro-marketing.</i>	Soporte T4	T4
14	09-Ene	Temas de implementación.	Conclusión		

El calendario puede ser continuamente actualizado. Para tener la última versión se recomienda revisar u-cursos con frecuencia.