

# Teaching guide

## IDENTIFICATION DETAILS

Degree:	Marketing		
Field of Knowledge:	Social and Legal Science		
Faculty/School:	Law, Business and Governance		
Course:	BASICS OF ECONOMETRICS APPLIED TO MARKETING		
Type:	Optional	ECTS credits:	3
Year:	3	Code:	7657
Teaching period:	Sixth semester		
Area:	Company		
Module:	Business management and human development tools		
Teaching type:	Classroom-based		
Language:	Spanish		
Total number of student study hours:	75		

## SUBJECT DESCRIPTION

El objetivo fundamental de la asignatura es que, al finalizar el curso, el estudiante comprenda el papel que desempeña la econometría para el análisis económico y haya adquirido los conceptos básicos que le permitan usarla con fluidez. Esperamos que el alumno sea capaz de formular modelos econométricos adaptados al caso que se desea estudiar; estos modelos deberán ser cuantificados y evaluados en un proceso que se retroalimenta. Para ello, el estudiante deberá dominar las técnicas que conforma las cuatro etapas esenciales del método econométrico: especificación, estimación, validación y explotación del modelo.

Los objetivos concretos que pretendemos alcanzar con esta asignatura se engloban en tres categorías:

conceptuales, de habilidades y de actitudes. Respecto a las dos primeras categorías (conceptuales y de habilidades), el estudiante deberá comprender las técnicas básicas del análisis econométrico, identificando claramente cuando son aplicables cada una de ellas. La asignatura tiene una clara orientación práctica lo que significa que el estudiante deberá ser capaz de evaluar hipótesis económicas por sí mismo. Para avanzar en esta dirección, el estudiante deberá organizar y clasificar la información, argumentar con claridad las hipótesis económicas que se desean contrastar, inferir las conclusiones adecuadas de las correspondientes aplicaciones econométricas y predecir con modelos econométricos, cuando sea necesario. Como complemento natural de lo anterior, resulta prioritario que el estudiante sea capaz de emplear con soltura, a nivel de usuario, alguno de los instrumentos informáticos más populares en el campo de la econometría.

El curso pretende desarrollar y reforzar actitudes específicas en los alumnos. De manera especial, que el estudiante comprenda la importancia de los métodos cuantitativos, como la econometría, en la toma de decisiones del ámbito económico. También se pretende potenciar una actitud activa en el alumno respecto a los axiomas y teorías económicas: deberá ser capaz de criticar y enjuiciar objetivamente esos axiomas, tomando como referente la realidad económica cotidiana.

## **SKILLS**

### **Basic Skills**

Students must have demonstrated knowledge and understanding in an area of study that is founded on general secondary education. Moreover, the area of study is typically at a level that includes certain aspects implying knowledge at the forefront of its field of study, albeit supported by advanced textbooks

Students must be able to apply their knowledge to their work or vocation in a professional manner and possess skills that can typically be demonstrated by coming up with and sustaining arguments and solving problems within their field of study

Students must have the ability to gather and interpret relevant data (usually within their field of study) in order to make judgments that include reflections on pertinent social, scientific or ethical issues

Students must be able to convey information, ideas, problems and solutions to both an expert and non-expert audience

Students must have developed the learning skills needed to undertake further study with a high degree of independence

### **General Skills**

Capacity for analytical, synthetic thought applied to business decision-making.

An ability to accomplish goals and solve problems, showing an ability to adapt to and make decisions in all manner of business management situations.

An ability to analyse, seek out and compare all types of information from a range of sources, although essentially linked to companies and markets.

An ability to learn independently.

### Specific skills

To read, analyse and easily interpret graphs, tables and texts to make suitable forecasts on demand and sales.

To be able to put knowledge into practice.

To develop criteria for problem-solving and decision-making both on a professional and personal level.

To be able to perform and interpret market studies.

### DISTRIBUTION OF WORK TIME

CLASSROOM-BASED ACTIVITY	INDEPENDENT STUDY/OUT-OF-CLASSROOM ACTIVITY
30 hours	45 hours