

Curso Intensivo: Encuestas de Elecciones Declaradas: Su Diseño y su Procesamiento Econométrico

Profesor: Luis Ignacio Rizzi (Universidad Católica de Chile)

Programa tentativo:

Introducción a los modelos de elección discreta (1 módulo)

1. Fundamentos microeconómicos; utilidad aleatoria
2. Fundamentos estadísticos

Estimación de modelos de elección discreta {5 módulos}

1. Modelos logit: logit binomial y logit multinomial
2. Modelo logit jerárquico
3. Modelo probit: probit binario, probit multinomial
4. Modelos logit mixto, conceptos de simulación

Tema opcional

5. Estructuras más complejas de modelación

Diseño de encuestas {1 módulo}

1. Determinación de objetivos
2. Grupos focales y encuestas piloto
3. Diseño final de cuestionario
4. Tareas de campo
5. Carga de datos

Conceptos básicos de diseño experimental para modelos de regresión lineal

1. Variables con dos niveles (diseños fraccionales) {1 módulo}
2. Variables con tres niveles; conceptos de álgebra modular (diseños fraccionales) {1 módulo}

Conceptos de diseño experimental para modelos de elección discreta

1. Técnicas para incrementar la eficiencia (balance de utilidades) {1 módulo}
2. Técnicas alternativas {1 módulo}

Cada módulo son 80 minutos de clase.

Las clases serán del lunes 1/11 al viernes 5/11 en los siguientes horarios:

10-11:20 hs.

11:40-13 hs.

Bibliografía

Caussade, S., Ortúzar, J. de D., Rizzi, L.I. y Hensher, D.A. (2003) Assessing the influence of design dimensions on stated choice experiment estimates. *Transportation Research B*, (en prensa).

Hensher, D.A. (1990) The orthogonality issue in stated choice designs. In M. Fischer, P. Nijkamp, and Y. Papageorgiou (eds.), *Spatial Choices and Processes*, 265-277. Elsevier Science Publishers, Amsterdam.

Huber, J. and Zwerina, K. (1996) The importance of utility balance in efficient choice designs. *Journal of Marketing Research* **XXXIII**, 307-317.

Kuhfeld, W., Tobias, R. and Garratt, M. (1994) Efficient experimental design with marketing research applications. *Journal of Marketing Research* **XXXI**, 545-557.

Louviere, J.J., Hensher, D.A. and Swait, J.D. (2000) *Stated Choice Methods: Analysis and Application*. Cambridge University Press, Cambridge.

Kanninen, B. (2002) Optimal design for multinomial choice experiments *Journal of Marketing Research* may 2002, 214-227.

Ortúzar, J. de D. and Willumsen, L.G. (1994) *Modelling Transport*. 2nd Edition, John Wiley & Sons, Chichester.

Winer, B.J. (1971) *Statistical Principles in Experimental Design*. McGraw Hill, New York.