

PROPUESTA DE TRABAJO FIN DE MÁSTER (Modalidad A)
Curso 2020-2021
MÁSTER EN TÉCNICAS ESTADÍSTICAS

Título	Valores en juegos cooperativos y selección de productos
Director/es	Ignacio García Jurado
Descripción del contenido	<p>La selección de los productos que se exhiben en un expositor de espacio limitado para satisfacer al mayor número de clientes potenciales es un problema bien conocido en el ámbito de la investigación en marketing. Una técnica ampliamente utilizada para tal propósito es la conocida por el acrónimo TURF (Total Unduplicated Reach and Frequency), que puede enfocarse haciendo uso de la programación lineal binaria (ver Serra, 2013). El SV/TURF es una alternativa al TURF propuesta en Conklin y Lipovetsky (2005) que se basa en el valor de Shapley para juegos cooperativos.</p> <p>Los objetivos principales de este TFM son los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hacer una presentación del SV/TURF, introducir nuevas variantes del TURF basadas en otros valores para juegos cooperativos y estudiar propiedades matemáticas de todas estas técnicas. 2. Hacer un estudio de simulación que permita comparar el TURF, el SV/TURF y las nuevas variantes introducidas. 3. Identificar y resolver los principales problemas computacionales que plantean estas técnicas. 4. Elaborar herramientas en R que puedan ponerse a disposición de la comunidad científica y profesional para utilizar estas técnicas en la práctica. <p>Los objetivos indicados son muy amplios. En función de los intereses de la persona que realice el TFM, éste podría hacer más énfasis en algunos de los objetivos anteriores.</p> <p>Referencias Conklin WM, Lipovetsky S (2005). Marketing Decision Analysis by TURF and Shapley Value. International Journal of Information Technology & Decision Making 4, 5-19. Serra D (2013). Implementing TURF analysis through binary linear programming. Food Quality and Preference 28, 382–388.</p>
Recomendaciones	Es recomendable haber cursado las materias de INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA DE JUEGOS y de JUEGOS COOPERATIVOS.
Otras observaciones	