



## MODELOS DE ECUACIONES ESTRUCTURALES BASADOS EN VARIANZAS (PLS-SEM)

### 1. Datos generales de la actividad formativa

Ponente	Apellidos, Nombre	RODRIGUEZ MOLINA, MIGUEL A.
	Departamento	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
	Email	<a href="mailto:rmolina@ugr.es">rmolina@ugr.es</a>
	Universidad	GRANADA

### 2. Planificación y metodología

Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer los fundamentos de los modelos de ecuaciones estructurales basados en varianzas.</li> <li>- Capacidad para especificar modelos basados en varianzas a través de softwares.</li> <li>- Ser capaz de interpretar la información de un modelo basado en varianzas.</li> <li>- Conocer las principales fortalezas y debilidades de los modelos basados en varianzas.</li> </ul>			
Planificación y Contenidos	Sesión 1	Fecha	29-11-2018	
		Hora	11:00 – 14:00	
		Contenidos específicos a desarrollar en la sesión	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Introducción a los modelos basados en varianzas</li> <li>- Estimación de modelos PLS</li> <li>- Evaluación del modelo de medida y del modelo estructural</li> </ul>	
	Sesión 2	Fecha	29-11-2018	
		Hora	17:30 – 19:30	
		Contenidos específicos a desarrollar en la sesión	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Principales limitaciones de PLS</li> <li>- Algunas soluciones: PLSc y GSCA</li> </ul>	
	...	...	...	...

### 3. Currículum Vitae del ponente

#### 1. Resumen del CV del candidato, con una extensión máxima de 150 palabras.

Miguel A. Rodríguez Molina es profesor titular en el departamento de comercialización e investigación de mercados. Su investigación se centra en el estudio del comportamiento del consumidor y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación aplicadas al turismo. Ha publicado en revistas como Tourism Management, Journal of Travel Research, Journal of Advertising Research, Journal of Small Business Management, Cities, International Journal of Hospitality Management, International Journal of Uncertainty Fuzziness and Knowledge-Based Systems o Journal of Business & Industrial Marketing.

#### 2. Méritos docentes: Indique un máximo de diez méritos relevantes en relación con la actividad y temática considerada.

(Docencia en grado y posgrado oficiales; cursos, congresos, jornadas o simposios recibidos e impartidos sobre docencia universitaria; elaboración de material docente y didáctico; pertenencia a redes profesionales y/o redes de trabajo que promuevan el desarrollo de la docencia de excelencia; o proyectos de innovación docente).

Miguel A. Rodríguez Molina es profesor de distintas materias relacionadas con las técnicas cuantitativas aplicadas al marketing. De manera más específica, es profesor desde su creación de:

- Investigación de Mercados III, asignatura del Grado en Marketing e Investigación de Mercados
- Metodología de investigación en marketing y comportamiento del consumidor, en el Máster oficial en Marketing y Comportamiento del Consumidor.
- Herramientas para la investigación comercial, en el Máster oficial en Tecnologías para la Investigación de

Mercados y Marketing.

También ha formado parte de distintos proyectos de innovación docente para la elaboración de casos prácticos aplicados al marketing.

**3. Otros méritos, que quiera indicar, relacionados con la actividad docente o laboral. (Máximo diez aportaciones).**

(Enseñanza no oficial, cursos no reglados, títulos propios, extensión universitaria y cursos de verano; experiencia profesional sobre la temática considerada).