

GUÍA DOCENTE 2019/2020

UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA



Estadística

Grado en MARKETING Y COMUNICACIÓN – 1º curso

Modalidad presencial

Sumario

Sumario	2
Datos básicos	3
Breve descripción de la asignatura	3
Requisitos previos	3
Objetivos	4
Competencias	4
Contenidos	6
Metodología	6
Criterios de evaluación	7
Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial	7
Breve CV del profesor responsable	8

Estadística

Datos básicos

Módulo: Métodos cuantitativos

Carácter: Obligatoria

Nº de créditos: 6 ECTS

Unidad Temporal: 1 Curso – 2º Semestre

Calendario: Del 27 de enero al 15 de mayo (periodo lectivo)

Horario: lunes de 10 a 12:00 horas; miércoles de 12 a 14:00 horas

Idioma en el que se imparte: español

Profesor/a responsable de la asignatura: José David Urchaga Litago

E-mail: jdurchagali@upsa.es

Horario de tutorías: martes: 12,20-13,50 horas; miércoles: 10,30-12 horas; jueves 12,30-13,30 horas

Breve descripción de la asignatura

Estudio de fundamentos básicos de la estadística necesarios para poder ordenar y describir los datos, así como los instrumentos necesarios para la interpretación de los mismos y su análisis para facilitar la toma de decisiones en marketing. Asimismo, permite la adquisición de destrezas en el manejo del software informático estadístico aplicado al marketing y a la investigación de mercados.

Temas: Elementos básicos/ Estadística descriptiva unidimensional/ Medidas de posición, dispersión, forma y concentración/ Estadística descriptiva bidimensional/ Independencia/ Regresión y correlación lineal/ Series temporales/ Introducción al cálculo de probabilidades/ Toma de decisiones bajo incertidumbre/ Cálculo de probabilidades: variables aleatorias/ Teoría de muestras/ Estimación/ Contraste de hipótesis paramétricas y no paramétricas

Requisitos previos

No se establecen requisitos previos

Objetivos

- Objetivo 1: Conocer, interpretar y aplicar las técnicas estadísticas para recoger, ordenar, representar y describir datos estadísticos provenientes de diferentes tipos de variables (nominal, ordinal y escala/cuantitativa).
- Objetivo 2: Conocer, interpretar y aplicar las técnicas estadísticas para relacionar variables, análisis de series temporales y contraste de hipótesis.
- Objetivo 3: Manejo del programa estadístico SPSS.

Competencias

<p>Competencias básicas</p>	<p>Esta asignatura contribuye a adquirir algo de todas las competencias básicas:</p> <p>CG1 - Que los estudiantes sean capaces de pensar y actuar según principios de carácter universal, respetar los derechos fundamentales, los valores democráticos, así como los principios de respeto al medio ambiente, responsabilidad social y cooperación al desarrollo</p> <p>CB1 Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.</p> <p>CB2 Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.</p> <p>CB3 Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.</p> <p>CB4 Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.</p> <p>CB5 Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.</p>
<p>Competencias transversales</p>	<p>Esta asignatura contribuye a adquirir algo de todas las competencias básicas, pero de forma especial en:</p> <p>CT1 - Capacidad para plantear el trabajo de modo original, innovador y creativo, imaginando nuevas situaciones y problemas para desarrollar nuevas ideas y soluciones utilizando los conceptos y teorías aprendidos y manejando la información disponible.</p> <p>CT2 Capacidad para la toma de decisiones: capacidad de identificar, analizar y definir los elementos significativos que permitan tomar decisiones con criterio y de forma efectiva.</p>

	<p>CT3 Capacidad para asumir el riesgo, desarrollando la capacidad desde pensar a decidir.</p> <p>CT4 Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno sin perder su autonomía, conservando su propia identidad y valores.</p> <p>CT5 Capacidad para trabajar en equipo, desarrollado la apertura personal a través de la comunicación oral y escrita.</p> <p>CT6 Habilidad para gestionar el tiempo, con capacidad para la organización y temporalización de las tareas.</p> <p>CT7 Capacidad para actuar en libertad y con responsabilidad, asumiendo referentes éticos, valores y principios consistentes.</p> <p>CT8 - Capacidad para la gestión económica y presupuestaria en su ámbito de actividad. CT9 - Capacidad para desarrollar creatividad, innovación y espíritu emprendedor.</p> <p>CT10 - Capacidad para comunicarse en inglés.</p> <p>CT11 - Capacidad para trabajar en contextos nacionales y mundiales.</p> <p>CT12 - Alcanzar las habilidades propias del manejo básico de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TICs)</p>
<p>Competencias específicas</p>	<p>C9 Conocer y utilizar los conceptos matemáticos y estadísticos para formalizar y analizar las situaciones económicas y de mercado. Y aplicar con rigor diferentes técnicas, matemáticas, estadísticas y econométricas para el marketing e investigación de mercados.</p> <p>CE11 Capacidad para identificar, formular y solucionar problemas aplicando criterios profesionales y entendiendo la ubicación competitiva e institucional de la organización, identificando sus fortalezas y debilidades, a través de la elaboración de informes o las actividades de consultoría.</p> <p>CE12 Conocer las políticas aplicables y la cartera de modelos o técnicas relacionadas con el marketing analítico y estratégico, incluyendo la investigación de mercados mediante herramientas cualitativas y/o cuantitativas, el desarrollo de productos, la fijación de precios, la comunicación y la distribución</p> <p>CE15 Capacidad para realizar análisis en términos cuantitativos y cualitativos, incluyendo el análisis de datos, la interpretación y extrapolación a la realidad empresarial concreta y de fenómenos tratables desde el ámbito del marketing</p> <p>CE18 Capacidad para conocer y desarrollar el proceso de investigación comercial, desde el planteamiento del problema de investigación hasta la recogida y análisis de información mediante la utilización de diversas técnicas de investigación cualitativas y cuantitativas.</p> <p>CE19 Capacidad para la búsqueda de información general –tanto interna como externa-, de las bases de datos de necesarias, del tratamiento de datos e información, de la capacidad de interpretarlas correctamente y de sacar conclusiones adecuadas para la toma de decisiones en</p> <p>CE22 Capacidad para seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas necesarias para el diagnóstico y análisis de marketing en la empresa, así como gestionar de modo estratégico los recursos tecnológicos avanzados (CRM, Business Intelligence,</p>

	<p>Data Mining, Data Warehouse, Big Data...) en el área del marketing</p> <p>CE23 Capacidad para identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing.</p> <p>CE29 - Conocer las herramientas de fijación de precios en la empresa, las diferentes estrategias de pricing y las técnicas promocionales.</p>
Resultado de aprendizaje	<p>Conocer y utilizar de los conceptos estadísticos para formalizar y analizar las situaciones económicas y de mercado.</p> <p>Ser capaces de aplicar con rigor las diferentes técnicas estadísticas y econométricas para el marketing e investigación de mercados.</p> <p>Adquirir la capacidad para realizar análisis en términos cuantitativos y cualitativos, incluyendo el análisis de datos, la interpretación y extrapolación a la realidad empresarial concreta y de fenómenos tratables desde el ámbito del marketing.</p> <p>Ser capaces de manejar programas estadísticos informáticos.</p>

Contenidos

Tema 1.La Muestra. Muestreo: cálculo del tamaño y error de muestreo. Muestreo probabilístico: aleatorio simple, sistemático, Rutas o Itinerarios, Estratificado, Conglomerados, Polietápico. Muestreo no probabilístico: Deliberado, Cuotas, Intencional (Bola de Nieve).

Tema 2.Estadística descriptiva.

2.1. Descriptiva Univariante. Modos de describir y formas de expresar la descripción uni y bivalente (tablas y gráficos). Medidas de tendencia central, índices de dispersión, de posición y de distribución. Distribución normal.

2.2. Descriptiva bivariante. Tablas de contingencia. Estudios correlacionales.

Tema 3. Estadística inferencial

Tema 4. Regresión lineal

Tema 5. Series temporales

Tema 6. Uso del programa estadístico SPSS

Metodología

METODOLOGÍA	HORAS	HORAS DE TRABAJO PRESENCIAL	HORAS DE TRABAJO NO PRESENCIAL
Sesiones teórico-prácticas	54	60	0
Examen	6		
Ejercicios	60	0	90
Preparación del examen teórico	30		
TOTAL	150	60	90

Criterios de evaluación

CONVOCATORIA ORDINARIA

Esta materia se compone de una sola asignatura, “Estadística” que representa una introducción a la utilización de datos por parte del alumno. Dado que a lo largo del grado el alumno cursará otras asignaturas donde se aplica la Estadística de forma más específica, se considera que debe primar la evaluación continua, especialmente la relativa al ámbito práctico.

El sistema de evaluación es el siguiente:

- Evaluación continua a través del seguimiento del trabajo en el aula: 20%.
- Actividades prácticas dirigidas que consistirán en la realización de pruebas de ejecución, ejercicios prácticos y resolución de problemas y análisis de casos: 30%.
- Pruebas de contenidos: se realizará al finalizar el período formativo, una prueba individual objetiva de todos los conocimientos desarrollados. La prueba consiste en una prueba de desarrollo escrito y resolución de ejercicios prácticos: 50%

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Un examen teórico-práctico sobre el temario.

Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

BIBLIOGRAFÍA

Martín y otros (2008). *Tratamiento estadístico de datos con SPSS*. Madrid: Paraninfo

PLATAFORMA MOODLE

En Moodle el alumno encuentra los materiales básicos de la asignatura.

TUTORÍAS

Existe un horario de atención tutorial de cuatro horas a la semana para que el alumno reciba la ayuda que necesite (véase horario de tutorías). Si el alumno no pudiese acudir en ese horario, puede solicitar una hora concreta en otro horario.

Breve CV del profesor responsable

Dr. en psicología por la Universidad Pontificia de Salamanca (2005). Máster en Estadística Multivariante por la Universidad de Salamanca (2015). Acreditado por la ASUCyL como profesor de universidad privada y como contratado doctor (2010). Autor de 60 aportaciones científicas (libros, capítulos, artículos y ponencias en congresos). Director de 17 tesis doctorales. Profesor invitado en la Universidad de León, Universidad de Vigo, C.U. Villanueva (Madrid), Instituto Superior de Ciencias Religiosas San Francisco Javier (Navarra). Conferenciante en la Universidad Nacional Autónoma de México, Universidad Intercontinental (México).