



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Graduado/a en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Comercio y Gestión
Asignatura:	Estadística I
Código:	108
Tipo:	Formación básica
Materia:	Estadística
Módulo:	Formación Básica en Ciencias Económicas y Empresariales
Experimentalidad:	80 % teórica y 20 % práctica
Idioma en el que se imparte:	Español
Curso:	1
Semestre:	2
Nº Créditos:	6
Nº Horas de dedicación del	150
Tamaño del Grupo Grande:	72
Tamaño del Grupo Reducido:	30
Página web de la asignatura:	http://www.comerciogestion.cv.uma.es

EQUIPO DOCENTE

Departamento:	ECONOMÍA APLICADA (ESTADÍSTICA Y ECONOMETRÍA)
Área:	ECONOMÍA APLICADA

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: FATIMA PEREZ GARCIA	f_perez@uma.es	952131337	1-1-05 - FAC. COMERCIO Y GESTION	Primer cuatrimestre: Miércoles 09:30 - 11:00, Lunes 10:00 - 11:00, Jueves 09:30 - 13:00 Segundo cuatrimestre: Viernes 11:00 - 13:00, Miércoles 09:30 - 11:30, Jueves 09:15 - 11:15
JOSE LUIS ALBANCHEZ BLANCO	jlabanchez@uma.es	952132030	1-1-05 - FAC. COMERCIO Y GESTION	Segundo cuatrimestre: Lunes 18:30 - 21:30
LUIS ALEJANDRO LOPEZ AGUDO	lopezagudo@uma.es		1204-C - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Martes 11:15 - 12:25, Jueves 14:50 - 15:30 Segundo cuatrimestre: Miércoles 12:15 - 14:15, Miércoles 14:15 - 18:15
PERE MERCADE MELE	pmercade@uma.es	951952059	1-1-04-D - FAC. DE EST. SOCIALES Y DEL TRABAJO	Todo el curso: Martes 09:30 - 11:30 Primer cuatrimestre: Lunes 12:15 - 14:15, Miércoles 15:00 - 16:00, Miércoles 20:30 - 21:30 Segundo cuatrimestre: Viernes 09:00 - 11:30, Jueves 12:15 - 13:45

RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

No existen requisitos obligatorios para realizar la asignatura. Se recomienda al alumno tener conocimientos básicos de estadística y probabilidad, repasando lo aprendido en niveles anteriores de enseñanza.

CONTEXTO

En esta asignatura se abordarán los siguientes bloques:

1. Introducción a la Estadística Descriptiva

Tema 1: Análisis univariante: A partir de información sobre una características, medidas en distintos elementos, se estudiarán distintos métodos para resumir esa información en unos pocos indicadores. Estos indicadores permitirán conocer características importantes sobre la distribución de la variable, incluyendo su nivel promedio, la dispersión de los valores y el valor de la variable a lo largo de la distribución (cuantiles / percentiles).

Tema 2: Análisis de dos variables: A partir de información sobre dos variables cuantitativas, medidas en distintos elementos, se estudiará el comportamiento de ambas por separado (distribuciones marginales), el comportamiento de una variable cuando la otra toma algunos valores (distribuciones condicionadas), el grado de asociación entre los valores de las dos variables (correlación) y la regresión lineal simple.

Tema 3: Números índices y tasas de variación: Para analizar la evolución temporal de distintas variables de interés empresarial, se introducen los números índices simples (evolución de una variable) y complejos (evolución de más de una variable). De particular importancia son los índices que miden la evolución temporal del nivel de precios en una economía. Estos índices, además de servir para medir la inflación, también permiten deflactar valores monetarios y expresarlos en términos constantes de un año dado. Finalmente, se tratarán distintos tipos de tasas de variación y su relación con los números índices.

2. Probabilidad y variable aleatoria. Modelos de Distribuciones: discretas y continuas.

Tema 4: Se comienza con el concepto de experimento aleatorio y la probabilidad que se asocia a distintos resultados del experimento. Se estudian las variables aleatorias como valores numéricos que corresponden a los resultados de un experimento. Para las variables



aleatorias se introducen sus principales características: valor medio esperado, dispersión...

Tema 5: Se presentan modelos teóricos para variables aleatorias discretas . Estas variables son de uso común en aplicaciones de análisis de datos económico-empresariales. Además, algunas de las variables serán de utilidad en la siguiente asignatura para extraer conclusiones sobre una población a partir de información de una parte de la misma (muestra).

Tema 6: Se presentan modelos teóricos para variables aleatorias continuas . Estas variables son de uso común en aplicaciones de análisis de datos económico-empresariales. Además, algunas de las variables serán de utilidad en la siguiente asignatura para extraer conclusiones sobre una población a partir de información de una parte de la misma (muestra).

COMPETENCIAS

1 Competencias generales y básicas. Competencias que deben alcanzar los graduados o graduadas, referidas en este caso al Grado en Marketing e Investigación de mercados

- 1.5 Derivar de los datos información relevante imposible de reconocer por los no especialistas del área de Marketing e Investigación de Mercados.
- 1.6 Ser capaz de reunir e interpretar datos e información relevantes en el área de Marketing e Investigación de Mercados para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

2 Competencias específicas. Competencias destinadas a alcanzar los objetivos del título y que están estrechamente ligadas a las materias del plan de estudios

- 2.3 Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa y en especial del área de marketing e investigación de mercados.
- 2.7 Conocer y aplicar conceptos básicos de: a) Historia Económica, b) Derecho, c) Dirección de Empresas, d) Matemáticas, e) Estadística, f) Economía, g) Microeconomía, h) Contabilidad, i) Finanzas, j) Marketing, k) Macroeconomía y l) de la Inferencia Estadística.
- 2.8 Conocer y ser capaz de aplicar las herramientas básicas de naturaleza cuantitativa para el diagnóstico y análisis empresarial.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA APLICADA A LA EMPRESA

TEMA 1. ANÁLISIS DE UNA VARIABLE

- 1.1.- Introducción
- 1.2.- Conceptos básicos
- 1.3.- Medidas de tendencia central
- 1.4.- Medidas de dispersión
- 1.5.- Medidas de forma: asimetría y curtosis
- 1.6.- Medidas de desigualdad

TEMA 2. ANÁLISIS CONJUNTO DE DOS VARIABLES

- 2.1.- Introducción
- 2.2.- Distribución bidimensional de frecuencias
- 2.3.- Distribuciones marginales y condicionadas de frecuencias
- 2.4.- Correlación lineal entre variables
- 2.5.- Regresión lineal simple

TEMA 3. NÚMEROS ÍNDICES

- 3.1.- Introducción
- 3.2.- Números índices simples y complejos
- 3.3.- IPC, inflación y deflación de valores monetarios
- 3.4.- Tasas de variación

VARIABLE ALEATORIA Y MODELOS PROBABILÍSTICOS

TEMA 4. PROBABILIDAD Y VARIABLE ALEATORIA

- 4.1.- Introducción
- 4.2.- Probabilidad. Conceptos fundamentales
- 4.3.- Principales Teoremas de Probabilidad
- 4.4.- Concepto de variable aleatoria. Características

TEMA 5. MODELOS DE DISTRIBUCIÓN PARA VARIABLES DISCRETAS

- 5.1.- Introducción
- 5.2.- Distribución binomial
- 5.3.- Distribución hipergeométrica
- 5.4.- Distribución de Poisson

TEMA 6. MODELOS DE DISTRIBUCIÓN PARA VARIABLES CONTINUAS

- 6.1.- Introducción
- 6.2.- Distribución Uniforme
- 6.3.- Distribución Normal y Teorema Central del Límite
- 6.4.- Distribución Gamma y distribuciones asociadas
- 6.5.- Distribución t de Student y distribución F de Snedecor

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Actividades presenciales

Actividades expositivas



Lección magistral

Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas

ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

El objetivo de la asignatura es que el alumno, al finalizarla con éxito, conozca y sepa aplicar los instrumentos básicos de la Estadística Descriptiva y de la Teoría de la Probabilidad y del Muestreo:

1. Capacidad para describir un conjunto de datos estadísticos relativos a una o más variables económico-empresariales.
2. Saber definir, usar e interpretar medidas de desigualdad.
3. Capacidad para trabajar en un ámbito de incertidumbre propio del entorno de la toma de decisiones del mundo empresarial, aplicando los conceptos elementales de la teoría de la probabilidad.
4. Capacidad para representar fenómenos reales cuantitativos del entorno económico-empresarial mediante modelos de probabilidad de variable aleatoria.

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

A lo largo del curso se realizarán dos exámenes parciales, uno por cada uno de los dos bloques de temas que constituyen la asignatura. La puntuación máxima de cada una de ellos será de 10 puntos. Aquellos alumnos que obtengan al menos un 5 en ambos exámenes, habrán aprobado por curso y su calificación final será la media de las dos notas obtenidas.

Para los alumnos que no hayan aprobado alguno de los dos parciales, la calificación en concepto de evaluación continua será la media de las obtenidas en ambos parciales. Esta nota supondrá un 50% de la calificación final de la asignatura y será asignada al alumno en la primera convocatoria ordinaria del curso académico correspondiente (junio). El 50% restante será la nota del examen final, que se valorará con un máximo de 10 puntos, en el que el alumno solo tendrá que examinarse de la materia (bloque) no superada por parciales. Estos mismos criterios de evaluación continua serán aplicables a los alumnos que, habiendo aprobado por curso, quieran aumentar su nota presentándose al examen final de la asignatura. A tal efecto, solo se examinarán del parcial en el que hayan obtenido una menor calificación.

En la segunda convocatoria ordinaria (septiembre) y las convocatorias extraordinarias se realizará un único examen escrito que abarcará el programa completo de la asignatura en el correspondiente curso académico y su valoración representará el 100% de la calificación final.

En relación a la evaluación de los estudiantes a tiempo parcial, se estará a lo dispuesto en la normativa aprobada en Consejo de Gobierno de 21 de julio de 2011 y a su concreción por la Comisión de Ordenación Académica de la Facultad de Comercio y Gestión.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

- Apuntes de la asignatura, proporcionados en formato electrónico en el campus virtual.
- Elementos Clásicos de Estadística Económica y Empresarial; MONTIEL TORRES, A.M.
- Estadística Elemental Moderna; GARCIA BARBANCHO, A.
- Estadística Empresarial.; CASAS SANCHEZ, J.M. y SANTOS PEÑA, J.
- Estadística Teórica Básica; GARCIA BARBANCHO, A.
- Estadística. Métodos y Modelos. vol.I.; PEÑA SANCHEZ DE RIVERA, D.
- Introducción a la Estadística Elemental Moderna; MARTIN PLIEGO, F.J.
- Introducción a la Estadística Empresarial; GAMERO BURON, C.
- Introducción a la Estadística para la Economía y Administración de Empresas; CASAS SANCHEZ, J.M. y SANTOS PEÑA, J.
- Probabilidad y Estadística. Aplicaciones y Métodos.; CANAVOS, G.C.
- Problemas de Estadística para Economía y Administración de Empresas; ARANDA GALLEGO, J. Y OTROS

DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	36	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas	9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL	45		

ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL

Descripción	Horas
TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL	90



TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN

15

TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE

ADAPTACIÓN A MODO VIRTUAL POR COVID19

ACTIVIDADES FORMATIVAS:

La docencia presencial se ha sustituido por docencia virtual que se está impartiendo en todos los grupos en el horario habitual de la asignatura, utilizando para ello herramientas síncronas (Seminario Virtual b, Zoom y Chat).

A fin de facilitar el seguimiento y aprendizaje de la asignatura para aquellos alumnos que puedan estar afectados por la crisis sanitaria actual, los recursos disponibles en Campus Virtual se han enriquecido con nuevos elementos que ayuden a la comprensión de los principales conceptos.

PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN:

Siguiendo las directrices aprobadas por el Consejo de Gobierno de la Universidad de Málaga en su sesión del 20 de abril de 2020, la evaluación continua se establece como sistema prioritario de evaluación en la primera convocatoria ordinaria, resultando ésta de la siguiente forma:

Se realizarán dos pruebas virtuales (una teórica y una práctica) para cada uno de los dos bloques de temas que constituyen la asignatura. La puntuación máxima alcanzable en cada prueba es de 2 puntos, por lo que, computando ambos bloques, dichas pruebas permiten alcanzar un máximo de 8 puntos.

Los dos puntos restantes se obtendrán a partir del seguimiento virtual de la asignatura, la realización de tareas, participación y/o resolución de ejercicios en clases virtuales, en foros de dudas y ayuda... así como cualquier otra actividad propia de la asignatura que se considere. En cualquier caso, en este apartado se valorará tanto la progresión del alumno, como su trabajo y actitud respecto al aprendizaje de la asignatura.

Esta modificación del sistema de evaluación ya ha sido comunicada al alumnado a través de Campus Virtual. Igualmente, el alumnado está informado de que debe contactar con el profesor responsable de su grupo en el caso en el que, por circunstancias excepcionales derivadas de la crisis sanitaria actual, presente algún tipo de problemática justificada para el seguimiento de dicha evaluación continua. En tales circunstancias, el conjunto de profesores que actualmente imparte la asignatura consensuará soluciones personalizadas a dicha problemática.

CONTENIDOS:

Sin cambios

TUTORÍAS:

Las tutorías presenciales se están atendiendo virtualmente tanto de forma síncrona (videoconferencia y chat) como asíncrona (correo electrónico personal y de Campus Virtual, foros y mensajes por Campus Virtual).