

Plan 302 Lic.Publicidad y R. Públicas

Asignatura 30728 ESTADISTICA DESCRIPTIVA APLICADA A LA PUBLICIDAD

Grupo 1

Presentación

Programa Básico

Objetivos:

Conocer e interpretar las principales técnicas estadísticas para el análisis de datos univariantes y bivariantes. Aplicar estas técnicas a series de datos procedentes de diversas fuentes estadísticas de la realidad social, económica o empresarial. Analizar datos reales con ayuda de paquetes estadísticos. La asignatura ha sido concebida con un enfoque aplicado que permita al alumno familiarizarse con las diferentes técnicas a través de las actividades prácticas.

Asimismo se pretende que el alumno desarrolle un conjunto de competencias genéricas que le resulten de utilidad en su carrera profesional tales como: capacidad de análisis y síntesis, trabajo en equipo, manejo de software, capacidad para resolver problemas.

Sistema de evaluación:

- Convocatoria de febrero:

Existen dos posibilidades de evaluación:

1. Evaluación continua:

Se tendrán en cuenta las puntuaciones obtenidas en las actividades realizadas a lo largo del curso (trabajos individuales y trabajos en grupo) y el examen final. El examen final será escrito y consistirá en resolver una serie de cuestiones o problemas, disponiendo de cierto material como calculadora y apuntes teóricos. El examen final tendrá un peso menor en la calificación que el resto de actividades. Al comienzo del curso se informará del porcentaje exacto de valoración de cada actividad en la calificación final.

2. Evaluación final:

Sólo se tendrá en cuenta la calificación del examen final.

- Convocatoria de julio:

Aquí la calificación final será igual a la del examen final escrito

Programa:

TEMA 1 INTRODUCCIÓN Y CONCEPTOS FUNDAMENTALES

- 1.1 Concepto de Estadística.
- 1.2 Conceptos básicos.

TEMA 2 DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS UNIDIMENSIONALES

- 2.1 Distribución de frecuencias. Frecuencia absoluta y relativa. Frecuencias acumuladas.
- 2.2 Distribuciones agrupadas y no agrupadas.
- 2.3 Representaciones gráficas habituales.

TEMA 3 MEDIDAS DE POSICIÓN

- 3.1 Los promedios y sus propiedades.
- 3.2 Medidas de posición centrales: Media aritmética, geométrica y armónica; Mediana; Moda.
- 3.3 Medidas de posición no centrales: cuantiles, deciles y percentiles.

TEMA 4 MEDIDAS DE DISPERSIÓN

- 4.1 Medidas de dispersión absolutas. Recorrido. Desviación media.
- 4.2 Varianza y desviación típica. Tipificación.
- 4.3 Medidas de dispersión relativas. Coeficiente de variación.

TEMA 5 MEDIDAS DE FORMA

- 5.1 Medidas de asimetría.

5.2 Medidas de apuntamiento o curtosis.

TEMA 6 MEDIDAS DE CONCENTRACIÓN Y DESIGUALDAD

6.1 Curva de concentración de Lorenz.

6.2 Índice de concentración de Gini.

TEMA 7 DISTRIBUCIONES BIDIMENSIONALES

7.1 Tablas estadísticas de doble entrada y representaciones gráficas.

7.2 Distribuciones de frecuencias marginales y condicionadas.

7.3 Independencia estadística.

7.4 Covarianza y coeficiente de correlación.

7.5 Concepto de regresión. Regresión lineal.

TEMA 8 ANALISIS DE ATRIBUTOS

8.1 Tablas de contingencia 2x2: medidas de asociación.

8.2 Tablas de contingencia kxh: medidas de asociación.

8.3 Correlación de rangos: coeficientes de Spearman y de Kendall.

TEMA 9 SERIES TEMPORALES

9.1 Concepto y representación gráfica.

9.2 Descomposición de una serie temporal.

9.3 Análisis de la tendencia.

9.4 Variaciones estacionales.

TEMA 10 TASAS DE VARIACIÓN

10.1 Variación absoluta y relativa.

10.2 Equivalencia entre tasas de diferentes periodos.

10.3 Tasas medias de variación.

Bibliografía y material docente:

MARTÍN- GUZMÁN, M.P. Y M. PLIEGO, F.J. (1989)

Curso básico de estadística económica. AC, Madrid.

MARTÍN PLIEGO, F.J. (1987)

Curso Práctico de Estadística Económica. AC, Madrid

MARTÍN PLIEGO, F.J. (1994)

Introducción a la Estadística Económica y Empresarial. AC, Madrid

ORTEGA MARTÍNEZ, E. (1990)

Manual de Investigación Comercial. Pirámide, Madrid.

ORTEGA MARTÍNEZ, E. (1992)

La Publicidad en Televisión. Mundi-Prensa.

PEÑA, D. Y ROMO, J. (1997)

Introducción a la Estadística para las Ciencias Sociales. MacGraw Hill, Madrid

PÉREZ, SUÁREZ, R. (1993)

Análisis de datos económicos I. Pirámide, Madrid

PORTILLA MAJÓN, I. (2004)

Estadística Descriptiva para Comunicadores. Aplicaciones a la Publicidad y las Relaciones Públicas. EUNSA, Navarra

MERINO A. (2005)

Análisis de datos con SPSS 13, Editorial MCGRAW-HILL

Página web de la asignatura:

Parte de los contenidos de la asignatura estarán disponibles en Moodle en el Campus Virtual de la Universidad de Valladolid. <http://campusvirtual.uva.es/>

Objetivos

Conocer e interpretar las principales técnicas estadísticas para el análisis de datos univariantes y bivariantes. Aplicar estas técnicas a series de datos procedentes de diversas fuentes estadísticas de la realidad social, económica o laboral. Analizar datos reales con ayuda de paquetes estadísticos.

Al finalizar la asignatura el alumno tendrá que ser capaz de:

- Aplicar y comprender las diferentes técnicas y conocimientos que se imparten a lo largo de la asignatura.
- Enfrentarse al uso de los principales soportes informáticos empleados a lo largo de la asignatura interpretando

adecuadamente sus salidas.

Asimismo se pretende que el alumno desarrolle un conjunto de competencias genéricas que le resulten de utilidad en su carrera profesional tales como: capacidad de análisis y síntesis, trabajo en equipo, manejo de software, capacidad para resolver problemas.

Programa de Teoría

TEMA 1 INTRODUCCIÓN Y CONCEPTOS FUNDAMENTALES

- 1.1 Concepto de Estadística.
- 1.2 Conceptos básicos.

TEMA 2 DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS UNIDIMENSIONALES

- 2.1 Distribución de frecuencias. Frecuencia absoluta y relativa. Frecuencias acumuladas.
- 2.2 Distribuciones agrupadas y no agrupadas.
- 2.3 Representaciones gráficas habituales.

TEMA 3 MEDIDAS DE POSICIÓN

- 3.1 Los promedios y sus propiedades.
- 3.2 Medidas de posición centrales: Media aritmética, geométrica y armónica; Mediana; Moda.
- 3.3 Medidas de posición no centrales: cuantiles, deciles y percentiles.

TEMA 4 MEDIDAS DE DISPERSIÓN

- 4.1 Medidas de dispersión absolutas. Recorrido. Desviación media.
- 4.2 Varianza y desviación típica. Tipificación.
- 4.3 Medidas de dispersión relativas. Coeficiente de variación.

TEMA 5 MEDIDAS DE FORMA

- 5.1 Medidas de asimetría.
- 5.2 Medidas de apuntamiento o curtosis.

TEMA 6 MEDIDAS DE CONCENTRACIÓN Y DESIGUALDAD

- 6.1 Curva de concentración de Lorenz.
- 6.2 Índice de concentración de Gini.

TEMA 7 DISTRIBUCIONES BIDIMENSIONALES

- 7.1 Tablas estadísticas de doble entrada y representaciones gráficas.
- 7.2 Distribuciones de frecuencias marginales y condicionadas.
- 7.3 Independencia estadística.
- 7.4 Covarianza y coeficiente de correlación.
- 7.5 Concepto de regresión. Regresión lineal.

TEMA 8 ANALISIS DE ATRIBUTOS

- 8.1 Tablas de contingencia 2x2: medidas de asociación.
- 8.2 Tablas de contingencia kxh: medidas de asociación.
- 8.3 Correlación de rangos: coeficientes de Spearman y de Kendall.

TEMA 9 SERIES TEMPORALES

- 9.1 Concepto y representación gráfica.
- 9.2 Descomposición de una serie temporal.
- 9.3 Análisis de la tendencia.
- 9.4 Variaciones estacionales.

TEMA 10 TECNICAS DE MUESTREO

- 10.1 Conceptos básicos.
- 10.2 Diseño de una encuesta por muestreo.
- 10.3 Tipos de muestreo.

TEMA 11 TASAS DE VARIACIÓN

- 11.1 Variación absoluta y relativa.
 - 11.2 Equivalencia entre tasas de diferentes periodos.
 - 11.3 Tasas medias de variación.
-

Evaluación

- Convocatoria de febrero:

Existen dos posibilidades de evaluación:

1. Evaluación continua:

Se tendrán en cuenta las puntuaciones obtenidas en las actividades realizadas a lo largo del curso (trabajos individuales y trabajos en grupo), para poder acceder a esta evaluación continua el alumno deberá asistir regularmente a clase para lo que se controlará la asistencia.

2. Evaluación final:

Sólo se tendrá en cuenta la calificación del examen final.

- Convocatoria de julio:

Aquí la calificación final será igual a la del examen final escrito.

Bibliografía
