

Plan 60 Dip. en CC. Empresariales

Asignatura 15257 ESTADISTICA APLICADA A LA INVESTIGACION
COMERCIAL

Grupo 1

Presentación

Técnicas de muestreo. Estimación y contraste de hipótesis. Análisis de la varianza. Otras técnicas.

Programa Básico

La investigación comercial. Muestreo. Estimación de parámetros. Contraste de hipótesis. Análisis de la varianza (ANOVA).

Objetivos

Esta asignatura es altamente recomendable, aunque no obligatoria, para cursar los Segundos Ciclos de Licenciado en Administración y Dirección de Empresas, Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado y Licenciado en Ciencias Actuariales y Financieras

Dentro de la Diplomatura de Ciencias Empresariales pretende dar una base estadística para su posterior utilización en cualquier especialidad y en particular, para la de Dirección Comercial, en particular para la asignatura Estudios de Mercado.

Básicamente presenta cómo se realiza y para qué sirve el muestreo estadístico, con especial incidencia en los diferentes tipos de formas de elegir una muestra, así como en la estimación y contraste de hipótesis sobre la media y desviación típica de una variable, totales y proporciones.

Los objetivos básicos de la asignatura son:

1. En cuanto a contenidos, tener presente la necesidad para la toma de decisiones en la empresa, de contar con una información objetiva y veraz de la situación del mercado y que ésta muchas veces sólo puede obtenerse mediante métodos estadísticos. El uso de las diversas técnicas estadísticas es pues imprescindible para el correcto análisis de esa información.
2. El manejo de gran cantidad de información sólo es posible mediante programas informáticos. De aquí la necesidad de su conocimiento y su uso en la asignatura.
3. Fomentar el conocimiento de cómo se realiza una encuesta, a través de prácticas en dicho sentido.

Programa de Teoría

Tema 1: La investigación comercial. Tema 2: Muestreo. Tema 3: Estimación de parámetros. Tema 4: Contraste de hipótesis. Tema 5: Análisis de la varianza (ANOVA).

Programa Práctico

Evaluación

Examen teórico práctico del temario de la asignatura.

Bibliografía

BERENSON, M.L. y LEVINE, D.M.: "Estadística Básica en Administración. Concepto y aplicaciones". Ed. Prentice Hall, México D.F., 1996.

* COCHRAN, W.G.: "Técnicas de Muestreo". Ed.: Continental, México, 1987.

-
- * CUADRAS, C. M.^a y otros: "Fundamentos de estadística. Aplicación a las ciencias humanas". Ed. PPU, Barcelona, 1984.
 - * GRANDE ESTEBAN, I. y ABASCAL FERNÁNDEZ, E.: "Fundamentos y técnicas de Investigación Comercial". Ed. ESIC, Madrid, 1994.
 - * NEWBOLD, Paul: "Estadística para los Negocios y la Economía". 4^a Edición. Ed. Prentice Hall, Madrid, 1996.
 - * ORTEGA MARTÍNEZ, E.: "Manual de Investigación Comercial". Ed. Pirámide, Madrid, 1992.
 - * PÉREZ LÓPEZ, C.: "Análisis estadístico con STATGRAPHICS. Técnicas Básicas". Ed. Ra-Ma, Madrid, 1995.
 - * PÉREZ LOPEC, C.: "Muestreo estadístico. Conceptos y problemas resueltos". Ed. PEARSON Prentice Hall, 2005.
 - * RUIZ MAYA, L. y MARTÍN PLIEGO, F.J.: "Estadística II. Inferencia". Ed. AC, Madrid, 1995.
-

Presentación

Técnicas de muestreo. Estimación y contraste de hipótesis. Análisis de la varianza. Otras técnicas.

Programa Básico

La investigación comercial. Muestreo. Estimación de parámetros. Contraste de hipótesis. Análisis de la varianza (ANOVA).

Objetivos

Esta asignatura es altamente recomendable, aunque no obligatoria, para cursar los Segundos Ciclos de Licenciado en Administración y Dirección de Empresas, Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado y Licenciado en Ciencias Actuariales y Financieras

Dentro de la Diplomatura de Ciencias Empresariales pretende dar una base estadística para su posterior utilización en cualquier especialidad y en particular, para la de Dirección Comercial, en particular para la asignatura Estudios de Mercado.

Básicamente presenta cómo se realiza y para qué sirve el muestreo estadístico, con especial incidencia en los diferentes tipos de formas de elegir una muestra, así como en la estimación y contraste de hipótesis sobre la media y desviación típica de una variable, totales y proporciones.

Los objetivos básicos de la asignatura son:

1. En cuanto a contenidos, tener presente la necesidad para la toma de decisiones en la empresa, de contar con una información objetiva y veraz de la situación del mercado y que ésta muchas veces sólo puede obtenerse mediante métodos estadísticos. El uso de las diversas técnicas estadísticas es pues imprescindible para el correcto análisis de esa información.
2. El manejo de gran cantidad de información sólo es posible mediante programas informáticos. De aquí la necesidad de su conocimiento y su uso en la asignatura.
3. Fomentar el conocimiento de cómo se realiza una encuesta, a través de prácticas en dicho sentido.

Programa de Teoría

Tema 1: La investigación comercial.

Tema 2: Muestreo.

Tema 3: Estimación de parámetros.

Tema 4: Contraste de hipótesis.

Tema 5: Análisis de la varianza (ANOVA).

Programa Práctico

Evaluación

Examen teórico práctico del temario de la asignatura.

Bibliografía

BERENSON, M.L. y LEVINE, D.M.: "Estadística Básica en Administración. Concepto y aplicaciones". Ed. Prentice Hall, México D.F., 1996.

* COCHRAN, W.G.: "Técnicas de Muestreo". Ed.: Continental, México, 1987.

* CUADRAS, C. M.^a y otros: "Fundamentos de estadística. Aplicación a las ciencias humanas". Ed. PPU, Barcelona, 1984.

-
- * GRANDE ESTEBAN, I. y ABASCAL FERNÁNDEZ, E.: "Fundamentos y técnicas de Investigación Comercial". Ed. ESIC, Madrid, 1994.
 - * NEWBOLD, Paul: "Estadística para los Negocios y la Economía". 4ª Edición. Ed. Prentice Hall, Madrid, 1996.
 - * ORTEGA MARTÍNEZ, E.: "Manual de Investigación Comercial". Ed. Pirámide, Madrid, 1992.
 - * PÉREZ LÓPEZ, C.: "Análisis estadístico con STATGRAPHICS. Técnicas Básicas". Ed. Ra-Ma, Madrid, 1995.
 - * PÉREZ LOPEC, C.: "Muestreo estadístico. Conceptos y problemas resueltos". Ed. PEARSON Prentice Hall, 2005.
 - * RUIZ MAYA, L. y MARTÍN PLIEGO, F.J.: "Estadística II. Inferencia". Ed. AC, Madrid, 1995.
-