



FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE
DE MADRID



FACULTAD DE
COMERCIO Y TURISMO

GRADO EN COMERCIO

Asignatura	Técnicas Estadísticas Aplicadas a la Gestión Comercial	Código	801961
Módulo	Formación Complementaria	Materia	Complemento instrumental para la Gestión Comercial
Carácter	Optativa	Créditos	6
Curso	3º y 4º	Semestr	Segundo

Departamento Responsable	Economía Financiera, Actuarial y Estadística
Coordinador/a	Ver listado de Coordinadores/as https://comercioyturismo.ucm.es/coordinadores-de-las-asignaturas

SINOPSIS

BREVE DESCRIPTOR

Métodos de muestreo, donde se estudian las técnicas para el diseño de una muestra, los principales métodos de muestreo, el diseño y tratamiento de encuestas, las aplicaciones de estas técnicas en el ámbito comercial.

CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS (opcional)

OBJETIVOS FORMATIVOS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Ser capaz de diseñar muestras y conocer las aplicaciones del muestreo en problemas concretos de gestión comercial.
- Ser capaz de elegir y manejar en cualquier momento la mejor herramienta disponible en una situación concreta.

COMPETENCIAS *(debe trasladarse el nombre de la competencia y la descripción que aparecen en la memoria verificada)*

Generales

CG2 - Alcanzar habilidades de comunicación, cooperación interpersonal y trabajo en equipo con el objetivo de desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la función comercial

CG3 - Conocer y comprender distintas realidades culturales para establecer contactos con el fin de desarrollar mercados a nivel internacional e, incluso, global de los países implicados y adaptar las distintas estrategias comerciales tanto al consumidor como a la sociedad donde se desenvuelve

CG4 - Comprender y aplicar los mecanismos y técnicas de planificación, análisis de información, negociación, simulación, decisión y control en la relación comercial teniendo como base la estrategia comercial de la empresa

Específicas:

CE16 - Conocer el método y los conceptos estadísticos necesarios para el análisis de mercado y las actividades comerciales: modelos que permiten predecir distintos escenarios futuros, obtener muestras válidas o aplicar análisis multivariable para la obtención de segmentación de mercados, mapas de posicionamiento, análisis factoriales, etc

CONTENIDOS TEMÁTICOS

(Programa de la asignatura)

PARTE I. MUESTREO ESTADÍSTICO Y DISEÑO DE ENCUESTAS

Tema 1 Introducción y Aspectos Generales de la Teoría de Muestras

- 1.1 Conceptos básicos. Objetivos
- 1.2 Elementos de la Teoría de Muestras
- 1.3 Tipos de Muestreo
- 1.4 Descripción de los principales Métodos de Muestreo
- 1.5 Los Métodos de Muestreo en la Gestión Comercial

Tema 2 Muestreo aleatorio simple

- 2.1 Muestreo aleatorio simple con y sin reemplazamiento
- 2.2 Estimadores
- 2.3 Intervalos de confianza
- 2.4 Tamaño de la muestra

Tema 3 Diseño de encuestas

- 3.1 Tipos de variable
- 3.2 Fiabilidad y validez de los cuestionarios
- 3.3 Estudio de un caso práctico



PARTE II Estadísticas Oficiales y Software ESTADÍSTICO

Tema 4 Estadísticas Económicas y de Comercio producida por el INE y Eurostat

- 4.1 Estadísticas Económicas y de Comercio producidas por el INE
- 4.2 Estadísticas Económicas y de Comercio producidas por Eurostat
- 4.3 Metodología empleada para la elaboración de las principales Estadísticas Económicas
- 4.4 Estadísticas Económicas producidas fuera de Europa

Tema 5 Software Estadístico

- 5.1 Relación de Software Estadístico
- 5.2 Introducción al software libre: R y R-Commander
- 5.3 Ejercicios prácticos con R-Commander: Estadística Descriptiva aplicada al Comercio
- 5.4 Introducción a Macros de Excel
- 5.5 Creación y ejecución de Macros de Excel
- 5.6 Caso práctico: Creación de Macros aplicadas a Estadísticas de Comercio

PARTE III MÉTODOS ESTADÍSTICOS AVANZADOS

Tema 6 Contrastes no Paramétricos Clásicos

- 6.1 Introducción
- 6.2 Contrastes de bondad de ajuste
- 6.3 Contrastes de localización
- 6.4 Comparación de dos muestras
- 6.5 Comparación de más de dos muestras
- 6.6 Medida de la dependencia

Tema 7 Estadística no Paramétrica

- 7.1 Introducción
- 7.2 Métodos de suavizado
- 7.3 Estimación no paramétrica de la densidad

Tema 8 Estadística Bayesiana

- 8.1 Introducción
- 8.2 El paradigma bayesiano: distribuciones a priori y a posteriori
- 8.3 Inferencia bayesiana



FACULTAD DE
COMERCIO Y TURISMO

ACTIVIDADES DOCENTES	% DEL TOTAL DE CRÉDITOS	PRESENCIALIDAD
Asistencia y participación activa en clase	45	100
Trabajo guiado	27,5	55
Trabajo autónomo del/la alumno/a	40	0
Trabajo grupal del/la alumno/a	25	0
Otras actividades	12,5	0

EVALUACIÓN	
SISTEMA DE EVALUACIÓN	Participación en la Nota Final
Pruebas orales y/o escritas	50%
Resolución de problemas y ejercicios	15%
Presentaciones	5%
Trabajos e informes	25%
Participación y actitud del/la alumno/a en clase a lo largo del semestre	5%

RECURSOS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
<ul style="list-style-type: none"> - JELENY, B.R. y SYRSTAD, T. (2010). Excel macros y vba. Edición revisada y actualizada. ANAYA - CONGDON, P. (2006) Bayesian Statistical Modelling, 2nd Edition. Wiley - GIBBONS, J.D. (1993) Nonparametric Statistics: an Introduction. Number 07-090 in Sage University Papers series on Quantitative Applications in the Social Sciences. Newbury Park, CA: Sage. - HAIR, J.F.; BUSH, R.P.; ORTINAU, D.J.(2003) Investigación de Mercados. Segunda edición. Editorial McGraw-Hill. México - LE GUEN, F. (2014). EXCEL 2013. Aprender Excel y la programación en vba. ENI EDICIONES - PERÓ, M.; LEIVA, D.; GUARDIA, J. y SOLANAS, A. (2012). Estadística aplicada a las ciencias sociales mediante R y R-commander. GARCETA GRUPO EDITORIAL
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Idioma en que se imparte
Castellano e inglés
Otra información (opcional)