



FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE
DE MADRID

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 <i>(opcional)</i>

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 <i>(debe trasladarse el nombre de la competencia y la descripción que aparecen en la memoria verificada)</i>	
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

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
- 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 <i>(opcional)</i>