

**FICHA DE ASIGNATURA**

**Título:** Estadística aplicada al marketing

**Descripción:**

La asignatura pretende iniciar a los alumnos en el manejo de cierta cantidad de datos y la forma de trabajar con los mismo de forma ordenada y metódica. Así, se desarrollarán los fundamentos de la estadística descriptiva. Esta rama de la matemática proporcionará los conocimientos necesarios para la ordenación y descripción resumida de los datos de marketing y publicidad con los que el alumno se puede encontrar en su vida profesional, así como los instrumentos necesarios para la interpretación de los mismos y facilitar la toma de decisiones.

**Carácter:** Básica

**Créditos ECTS:** 6

**Contextualización:**

- Principios y métodos del conocimiento estadístico
- Procesos descriptivos e inferenciales
- Métodos estadísticos

**Modalidad:** Online

**Temario:**

- Introducción a la Estadística
- Técnicas de recogida de datos
- Distribuciones de Frecuencia. Medidas de posición y dispersión.
- Distribuciones bidimensionales. Tablas de Contingencia
- La vinculación entre variables estadísticas: Correlación y regresión
- Elementos básicos de probabilidad
- Variable aleatoria
- Modelos de distribución de probabilidad
- Nociones de Inferencia. Inferencia Estadística

**Competencias:**

- CE8: Seleccionar y utilizar las aplicaciones estadísticas necesarias para el diagnóstico y análisis empresarial, así como para su aplicación en la gestión de marketing en la empresa.

**Actividades Formativas:**

Actividad Formativa	Horas	Presencialidad
Clases expositivas	15	100%
Clases prácticas	20	100%
Trabajo autónomo	100	0%
Tutorías	13	100%

Pruebas	2	100%
---------	---	------

**Metodologías docentes:**

Lección magistral participativa	El estudiante interviene, complementando o dando <i>feedback</i> a la exposición del profesor.
Estudio de casos / Resolución de problemas	El estudiante resuelve cuestiones que se plantean y que tienen como base una situación concreta planteada por el profesor.
Trabajo Cooperativo	El trabajo en grupo se convierte en la herramienta para trabajar en grupos de discusión, grupos focales, debates, coloquios o foros.
Seguimiento	El profesor realiza tareas de orientación y seguimiento al alumnado
Revisión bibliográfica	El estudiante resuelve cuestiones que se plantean y que tienen como base una situación concreta planteada por el profesor.

**Sistema de Evaluación:**

<b>Sistemas de evaluación</b>	<b>Ponderación mínima</b>	<b>Ponderación máxima</b>
Evaluación del Portafolio	40	60
Evaluación de la prueba	40	60

**Normativa específica:**

No se han establecido requisitos previos para esta asignatura.

**Bibliografía:**

Castejón, P. J. M., Lechuga, M. L., & Martínez, U. F. (2015). Guía práctica de Estadística aplicada a la empresa y al marketing. Ediciones Paraninfo, SA.