



Fecha Aprobación:
19/09/2014

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION

ESCUELA DE INGENIERIA DE MARKETING

CARRERA DE INGENIERIA EN MARKETING

Sílabo

1. Datos generales

Materia: ESTADÍSTICA I PARA ADM Y CSU

Código: FAD0003

Créditos: 4

Nivel: 1

Paralelo: 1A-IMK

Eje de formación: BÁSICO

Periodo lectivo: PERIODO SEP/2014 - FEB/2015

Total de horas: 64

Profesor: FREIRE CRUZ MANUEL R

Correo electrónico: mafreire@uazuay.edu.ec

Prerrequisitos:

NO TIENE

2. Descripción y objetivos de la materia

Estadística I es la materia que inicia con los estudios fundamentales aplicado al análisis cuantitativo de bases de datos, mismas que pueden resultar de investigaciones de los sectores públicos o privados para la toma de decisiones. Esto implica, estudiarlos métodos estadísticos que se utilizan frecuentemente en los estudios cuantitativos, que requieren el análisis de grandes volúmenes de datos cualitativos y cuantitativo. El conocimiento de los fundamentos de Estadística I permitirá a los tomadores de decisiones o a sus técnicos/asosores la utilización, evaluación o validación objetiva de los métodos estadísticos utilizados en los estudios cuantitativos.

El estudiante al finalizar el ciclo estará en capacidad de: Conocer la importancia y potencial utilización de la Estadística Descriptiva y de las bases de de la Estadística Inferencial. Elaborar tablas y gráficos que facilitan la representación y comprensión de un conjunto de datos. Utilizar con rigurosidad académica las medidas de tendencia central y de dispersión de los datos. Conocer y utilizar los fundamentos de la probabilidad que son necesarios para posteriormente aplicar a la Estadística Inferencial

Esta materia le proporciona al estudiante herramientas absolutamente necesarias para: Investigación de Mercados, Planes de Negocios, Elaboración y Evaluación de Proyectos, Control de Calidad, Auditoría de Gestión, y otras que requieren análisis cuantitativos.

3. Contenidos

01. INTRODUCCIÓN

- 01.01. Importancia de la Estadística en el Marketing y toma de decisiones (2 horas)
- 01.02. Referencia histórica de la Estadística
- 01.03. Subdivisiones de la Estadística (2 horas)
- 01.04. Un enfoque Simple y fácil de entender
- 01.05. Características que se dispone para el aprendizaje
- 01.06. Revisión del capítulo / ejercicios de repaso

02. AGRUPACIÓN Y PRESENTACIÓN DE DATOS

- 02.01. ¿Cómo se pueden ordenar los datos? (2 horas)
- 02.02. Ordenamiento de datos en arreglo de datos y distribuciones de frecuencia (2 horas)
- 02.03. Construcción de una distribución de frecuencias (1 horas)
- 02.04. Representaciones gráficas de distribuciones de frecuencias (1 horas)
- 02.05. Revisión del capítulo / ejercicios de repaso (4 horas)

03. MEDIDAS DE TENDENCIA CENTRAL Y DISPERSIÓN EN DISTRIBUCIONES DE FRECUENCIA

- 03.01. Estadística sumaria (1 horas)
- 03.02. Una medida de tendencia central: la media aritmética (1 horas)
- 03.03. Una medida de tendencia central: la media aritmética ponderada (1 horas)
- 03.04. Una medida de tendencia central: la media geométrica (1 horas)
- 03.05. Una medida de tendencia central: la mediana (1 horas)
- 03.06. Una medida de tendencia central: la moda (1 horas)
- 03.07. Dispersión: ¿porqué es importante? (1 horas)
- 03.08. Rangos: medidas de dispersión útiles (1 horas)
- 03.09. Dispersión: medidas de desviación promedio (1 horas)
- 03.10. Dispersión relativa: el coeficiente de variación (1 horas)
- 03.11. Análisis exploratorio de datos (2 horas)
- 03.12. Revisión del capítulo / ejercicios de repaso (2 horas)
- 04.07. Teorema de Bayes (2 horas)

04. PROBABILIDAD I: IDEAS INTRODUCTORIAS

- 04.01. Historia y relevancia de la teoría de la probabilidad (1 horas)
- 04.02. Terminología básica en la probabilidad (1 horas)
- 04.03. Tres tipos de probabilidad (1 horas)
- 04.04. Reglas de la probabilidad (1 horas)
- 04.05. Probabilidades bajo condiciones de independencia estadística (1 horas)
- 04.06. Probabilidades bajo condiciones de dependencia estadística (1 horas)
- 04.08. Revisión del capítulo / ejercicios de repaso (4 horas)

05. DISTRIBUCIONES DE PROBABILIDAD

- 05.01. ¿Qué es una distribución de probabilidad? (1 horas)
- 05.02. Variables aleatorias (1 horas)
- 05.03. Uso del valor esperado en la toma de decisiones (2 horas)
- 05.04. La distribución binomial (2 horas)
- 05.05. La distribución normal: distribución de una variable aleatoria continua (2 horas)
- 05.06. Selección de la distribución de probabilidad correcta (2 horas)
- 05.07. Revisión del capítulo / ejercicios de repaso (4 horas)

06. MÉTODOS DE MUESTREO Y TEOREMA DEL LÍMITE CENTRAL

- 06.01. Introducción (1 horas)
- 06.02. Métodos de muestreo (1 horas)
- 06.03. Error de muestreo (1 horas)
- 06.04. Teorema del límite central (1 horas)
- 06.05. Uso de la distribución muestral de la media (2 horas)
- 06.06. Revisión del capítulo / ejercicios de repaso (4 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

<i>Resultado de aprendizaje de la materia</i>	<i>Evidencias</i>
aq. Desarrollar adecuadamente los Modelos Estadístico Cuantitativos. - Utilizar los métodos estadísticos para comprender y solucionar problemas que pueden surgir en la gestión empresarial	- Evaluación escrita - Trabajos prácticos - productos
ar. Estimular la capacidad de análisis y resolución de problemas. - Resolver problemas aplicados a la gestión de Marketing	- Evaluación escrita - Trabajos prácticos - productos

Desglose de Evaluación

Evidencia	Descripción Evidencia	Contenidos Sílabo Evaluar	Aporte	Calificación	Fch.Aproximada
Evaluación escrita	Prueba No.1	Capítulos 1, 2, 3	APORTE I	8,00	3a. semana de octubre
Trabajos prácticos - productos	Trabajos realizados 1	Capítulos 1,2,3	APORTE I	2,00	Hasta 3a. Semana de octubre
Evaluación escrita	Prueba No. 2	Capítulo 4	APORTE II	8,00	1a. Semana de diciembre
Evaluación escrita	Prueba No. 3	Capítulo No. 5,6	APORTE III	8,00	2a. Semana de enero 2015
Trabajos prácticos - productos	Trabajos realizados 2	Capítulo 4	APORTE III	2,00	1A. Semana de diciembre
Trabajos prácticos - productos	Trabajos realizados 3	Capítulo No. 5,6	APORTE III	2,00	2a. Semana de enero 2015
Evaluación escrita	Prueba Final	Capítulos 1, 2, 3, 4, 5	EXAMEN FINAL	20,00	Semana de exámenes finales

Metodología

La metodología a seguir comprende varias didácticas: 1. Clase magistral 2. Trabajos / Investigación individual 3. Un trabajo/investigación aplicado y colaborativo que se desarrollarán durante todo el semestre

Criterios de Evaluación

La evaluación se realizará en forma congruente con las evidencias de aprendizaje: 1. Exámenes escritos para la evaluación de la teoría /conceptos con ejercicios de aplicación 2. Trabajos / Investigaciones sobre temas relevantes para fortalecer los conocimientos y aplicación de la materia

Página

5. Textos y otras referencias

Libros

BIBLIOGRAFÍA BASE

- KAZMIER LEONARD.(2006). Estadística aplicada a la administración y economía. mexico: Mc. Graw Hill. A través del profesor.
- LEVIN R; RUBIN D.(2001). Estadística para administración y economía. Mexico: PEARSON. Biblioteca UDA. 68982-.
- LEVINE, KREHBIEL, BERENSON.(2006). Estadística para administración. mexico: Pearson/Prentice Hall. A través del profesor.
- LIND, MARCHAL, WATHEN.(2012). Estadística aplicada a los negocios y la economía. mexico: Mc. Graw Hill. Biblioteca UDA. UDA-BG 69057.

Web

BIBLIOGRAFÍA BASE

- Biblioteca digital. Obtenido de ebrary: <http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?docID=10378624&p00=estadistic>.
- Biblioteca Digital. Obtenido de ebrary: <http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?docID=10472923&p00=estadistica%20descriptiva>.
- Inec. Obtenido de Inec: http://www.inec.gob.ec/nuevo_inec/index.html.
- Biblioteca digital. Obtenido de ebrary: <http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?docID=10140309&p00=estadistica>.
- Biblioteca digital. Obtenido de ebrary: <http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?docID=10135772&p00=estadistica>.

Software

BIBLIOGRAFÍA APOYO

- Office. Word, Excel, Power Point. 2010. Computadoras personales.

Docente

Director Junta

Fecha Aprobación: **19/09/2014**

APROBADO