



Fecha Aprobación:
03/03/2016

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 II PARA ADM Y CSU

Código: FAD0010

Créditos: 4

Nivel: 2

Paralelo: 2A-IMK

Eje de formación: BÁSICO

Periodo lectivo: PERIODO MAR/2016 - JUL/2016

Total de horas: 64

Profesor: FREIRE CRUZ MANUEL R

Correo electrónico: mafreire@uazuay.edu.ec

Prerrequisitos:

FAD0003 ESTADÍSTICA I PARA ADM Y CSU

2. Descripción y objetivos de la materia

El dominio de las herramientas que proporciona la Estadística, le permitirá al ingeniero en Marketing, analizar realidades y necesidades en mercados dinámicos en forma científica y ética para la toma de decisiones oportunas. Le permitirá además, optimizar las estrategias de Marketing y reducir los riesgos de inversión.

El sílabo propuesto espera desarrollar los elementos básicos de la Estadística Inferencial; muestreo, técnicas y aplicaciones, regresión y correlación. Usos y aplicaciones. Estimación y Pruebas de hipótesis. Números índice. El uso de la Estadística en los procesos investigativos en áreas relacionadas con la carrera permite obtener información científica válida para la toma de decisiones.

Los resultados de aprendizaje de la asignatura, están orientados al uso de técnicas estadísticas para el análisis e interpretación de datos experimentales y su aplicación en el desarrollo de investigaciones en mercado, microeconomía y otras materias de la carrera en las cuales se utilice información estadística como base para la toma de decisiones.

3. Contenidos

01. General: Revisión de la distribuciones Binomial y Normal

01.01. Revisión/repaso de los contenidos (2 horas)

01.02. Revisión/evaluación (2 horas)

02. General: Métodos y distribuciones muestrales

02.01. Introducción (1 horas)

02.02. Métodos de muestreo (1 horas)

02.03. Razones para muestrear

02.04. Error de muestreo (1 horas)

02.05. Distribución muestral de la media (1 horas)

02.06. Teorema del Límite Central (1 horas)

02.07. Uso de la distribución muestral de la media (1 horas)

02.08. Aplicaciones / ejercicios (2 horas)

03. General: 3. Estimación e intervalos de confianza

03.01. Introducción (1 horas)

03.02. Estimaciones puntuales e intervalos de confianza de una media (2 horas)

03.03. Intervalo de confianza de una media poblacional (1 horas)

03.04. Intervalo de confianza de una proporción (1 horas)

03.05. F18-ERROR (2 horas)

03.06. Elección del tamaño adecuado de una muestra (2 horas)

03.07. Factor de corrección de una población finita (1 horas)

03.08. Aplicaciones / ejercicios (2 horas)

04. Prueba de hipótesis de una muestra

04.01. Introducción (1 horas)

04.02. ¿Qué es una hipótesis? (1 horas)

04.03. ¿Qué es una prueba de hipótesis? (1 horas)

04.04. Procedimiento de 5 pasos para probar una hipótesis (2 horas)

04.05. Pruebas de significancia de una y dos colas (1 horas)

04.06. Prueba de la media de una población: se conoce la desviación estándar de la población (1 horas)

04.07. Valor "p" en la prueba de hipótesis (1 horas)

04.08. Prueba de la media de una población: desviación estándar de la población desconocida (1 horas)

04.09. Pruebas relacionadas con proporciones (1 horas)

04.10. Error tipo II (2 horas)

04.11. Aplicaciones / ejercicios (2 horas)

05. Regresión y análisis de correlación

05.01. Introducción (1 horas)

05.02. ¿Qué es el análisis de correlación? (1 horas)

05.03. Ejercicios de aplicación del modelo Logit (1 horas)

05.04. Coeficiente de correlación (1 horas)

05.05. Prueba de la importancia del coeficiente de correlación (1 horas)

05.06. Análisis de regresión (1 horas)

05.07. Probar la significancia de la pendiente (1 horas)

05.08. Evaluación de la capacidad predictora de una ecuación de regresión (1 horas)

05.09. Estimación de intervalo de predicción (1 horas)

05.10. Transformación de datos (2 horas)

05.11. Aplicaciones / ejercicios (2 horas)

06. General: Números índice

06.01. Introducción (1 horas)

06.02. Números Índice simples (1 horas)

06.03. ¿Por qué convertir datos en índices? (1 horas)

- 06.04. Elaboración de números índice (1 horas)
- 06.05. Índices no ponderados (1 horas)
- 06.06. Índices ponderados (1 horas)
- 06.07. Índices de valores (1 horas)
- 06.08. índices para propósitos especiales (1 horas)
- 06.09. Índices de Precios al Consumidor (1 horas)
- 06.10. Cambio de bases (2 horas)
- 06.11. Aplicaciones / ejercicios (2 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
ar. Estimular la capacidad de análisis y resolución de problemas.	
- Resolver problemas aplicados a la gestión de Marketing	- Trabajos prácticos - productos

Desglose de Evaluación

Evidencia	Descripción Evidencia	Contenidos Sílabo Evaluar	Aporte	Calificación	Fch.Aproximada
Trabajos prácticos - productos	Trabajos realizados y sustentados	Capítulos 1,2	APOORTE I	2,00	4 a 8 de abril
Evaluación escrita	Prueba No. 1	Capítulos 1,2	APOORTE I	8,00	4 a 8 de abril
Trabajos prácticos - productos	Trabajos realizados y sustentados	Capítulos 3, 4	APOORTE II	2,00	9 a 13 de mayo
Evaluación escrita	Prueba No. 2	Capítulos 3, 4	APOORTE II	8,00	9 a 13 de mayo
Trabajos prácticos - productos	Trabajos realizados y sustentados	Capítulos 5, 6	APOORTE III	2,00	13 a 17 de junio
Evaluación escrita	Prueba No. 3	Capítulos 5, 6	APOORTE III	8,00	13 a 17 de junio
Evaluación escrita	Examen Final	Capítulos 1,2, 3, 4, 5, 6	EXAMEN FINAL	20,00	4 a 16 de julio

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

5. Textos y otras referencias

Libros

BIBLIOGRAFÍA BASE

- KAZMIER LEONARD.(2006). Estadística aplicada a la administración y economía. México: Mc. Graw Hill. A través del profesor.
- LEVIN R; RUBIN D.(2010). Estadística para administración y economía. México: Pearson. UDA_BG. 68982.
- LEVINE, KREHBIEL, BERENSON.(2006). Estadística para administración. México: Pearson/Prentice Hall. A través del profesor.
- LIND, MARCHAL, WATHEN.(2012). Estadística aplicada a los negocios y la economía. México: Mc. Graw Hill. UDA_BG. 69057.

Web

BIBLIOGRAFÍA BASE

- Puente Viedma, Carlos de la. Obtenido de e-libro: <http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?docID=10378624>.
- Eduardo, B.. Obtenido de e-libro: <http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?docID=10473092>.
- INEC. Obtenido de INEC: <http://www.inec.gob.ec/home/>.
- Espallargas Ibarra, Daisy. Obtenido de e-libro: <http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?docID=10472923>.

BIBLIOGRAFÍA APOYO

-

Software

BIBLIOGRAFÍA BASE

- Microsoft. Excel. 2010. Computadoras personales.
- Office. Powerpoint. 2010. Computadoras personales.
- Office. Word. 2010. Computadoras personales.

BIBLIOGRAFÍA APOYO

-

Docente

Director Junta

Fecha Aprobación: **03/03/2016**

APROBADO