



GUÍA DOCENTE CURSO: 2017-18

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

Asignatura:	Análisis Estadístico de Datos		
Código de asignatura:	67103225	Plan:	Grado en Marketing e Investigación de Mercados (Plan 2010)
Año académico:	2017-18	Ciclo formativo:	Grado
Curso de la Titulación:	3	Tipo:	Obligatoria
Duración:	Primer Cuatrimestre		

DISTRIBUCIÓN HORARIA DE LA ASIGNATURA SEGÚN NORMATIVA

Créditos:	6
Horas totales de la asignatura:	150
UTILIZACIÓN DE LA PLATAFORMA VIRTUAL:	Apoyo a la docencia

DATOS DEL PROFESORADO

Nombre	Ortiz Rodríguez, Isabel María		
Departamento	Dpto. de Matemáticas		
Edificio	Edificio Científico Técnico III Matemáticas e Informática (CITE III) 2		
Despacho	360		
Teléfono	+34 950 015666	E-mail (institucional)	iortiz@ual.es
Recursos Web personales	Web de Ortiz Rodríguez, Isabel María		

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/PH19bxzvxrOXE2uR8LV+Pw==>

Firmado Por	Universidad De Almeria		Fecha	19/09/2017
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PH19bxzvxrOXE2uR8LV+Pw==	PÁGINA	1/5



PH19bxzvxrOXE2uR8LV+Pw==

ELEMENTOS DE INTERÉS PARA EL APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

Justificación de los contenidos

En la actualidad es imprescindible usar métodos y técnicas estadísticas que permitan analizar situaciones y tomar decisiones que se apoyen en los datos.

En esta asignatura se potencia el enfoque de la Estadística como una herramienta para analizar gran cantidad de datos, aportando los métodos para sintetizarlos y extraer la información relevante que contienen. Para la aplicación de estos métodos se utiliza software de análisis estadístico como SPSS o R.

Los contenidos abarcarán las técnicas de exploración de datos, métodos de reducción de la dimensión, técnicas de análisis de dependencia y métodos de clasificación.

Materia con la que se relaciona en el Plan de Estudios

La asignatura Análisis Estadístico de Datos corresponde a la materia del mismo nombre, dentro del módulo Métodos Cuantitativos. Está relacionada con las materias Estadística I y II del Plan de Estudios. Además aporta los métodos y herramientas útiles para el desarrollo de otras asignaturas que necesitan analizar los datos recogidos en una investigación de mercados.

Conocimientos necesarios para abordar la Asignatura

Es recomendable que los estudiantes estén familiarizados con la terminología de estadística descriptiva y probabilidad estudiada en la asignatura Estadística de primer curso, y las técnicas de inferencia estadística (estimación puntual, intervalos de confianza y contrastes de hipótesis) incluidos en la asignatura Estadística Avanzada de segundo curso.

Requisitos previos recogidos en la memoria de la Titulación

No existen prerequisites en el plan de estudios para cursar esta asignatura

COMPETENCIAS

Competencias Generales

Competencias Transversales de la Universidad de Almería

- Conocimientos básicos de la profesión
- Capacidad para aprender a trabajar de forma autónoma

Competencias Básicas

- Habilidad para el aprendizaje

Competencias Específicas desarrolladas

- **MEC01:** Conocer y ser capaz de aplicar las herramientas básicas de naturaleza cuantitativa para el diagnóstico y análisis empresarial
- **MEC02:** Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas necesarias para el diagnóstico y análisis empresarial

OBJETIVOS/RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

UAL1: Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales. UAL9: Capacidad para diseñar, gestionar y ejecutar una tarea de forma personal. RD5: Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía. MEC01: 1. Conocimiento, comprensión y aplicación de métodos cuantitativos en el ámbito del marketing para el estudio de fenómenos de tipo empresarial; 2. Realización de análisis descriptivos multivariantes de datos y extracción de conclusiones. MEC02: Dominio de programas informáticos que faciliten la aplicación de los métodos cuantitativos en el ámbito empresarial y del marketing.

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/PH19bxzvxrOXE2uR8LV+Pw==>

Firmado Por

Universidad De Almería

Fecha

19/09/2017

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

PH19bxzvxrOXE2uR8LV+Pw==

PÁGINA

2/5



PH19bxzvxrOXE2uR8LV+Pw==

PLANIFICACIÓN

Temario

TEMA 1: ANÁLISIS EXPLORATORIO DE DATOS

- Análisis estadístico de datos
- Programas de ordenador para el análisis de datos
- Tipificación de variables
- Contrastes de normalidad
- Contrastes de aleatoriedad
- Análisis de datos atípicos
- Análisis de datos faltantes

TEMA 2: ANÁLISIS CLUSTER

- Análisis cluster jerárquico
- Análisis cluster no jerárquico

TEMA 3: MODELOS DE REGRESIÓN

- Regresión lineal simple y múltiple
- Regresión no lineal
- Modelos de regresión logística

TEMA 4: ANÁLISIS FACTORIAL Y DE COMPONENTES PRINCIPALES

- Análisis factorial
- Análisis de componentes principales

TEMA 5: ANÁLISIS DE CORRESPONDENCIAS

- Análisis de correspondencias

TEMA 6: ANÁLISIS CONJUNTO

- Análisis conjunto
- Diseño ortogonal
- Análisis de utilidades

Metodología y Actividades Formativas

Clases magistrales/participativas. Estudio de casos. Realización de ejercicios.

Actividades de Innovación Docente

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/PH19bxzvxxrOXE2uR8LV+Pw==>

Firmado Por	Universidad De Almeria	Fecha	19/09/2017
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PÁGINA	3/5
			
PH19bxzvxxrOXE2uR8LV+Pw==			

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS

Criterios e Instrumentos de Evaluación

La evaluación de esta asignatura se realizará de la siguiente forma:

- Examen final (60% de la nota final): Se realizará un examen práctico, en la convocatoria oficial, y se valorará sobre 6 puntos. Para poder superar la asignatura hay que obtener al menos 2 puntos en este examen. Competencias a evaluar: UAL1, MEC01 y MEC02.
- Actividades y trabajos (40% de nota final): Los trabajos y prácticas entregados durante el período de docencia, así como la participación activa en clase, se valorarán sobre 4 puntos. Esta nota servirá para la convocatoria ordinaria y la extraordinaria del presente curso académico. Competencias a evaluar: RD5, UAL9, MEC01 y MEC02.

Mecanismos de seguimiento

- Asistencia a tutorías
- Alta y acceso al aula virtual
- Entrega de actividades en clase
- Entrega de actividades en aula virtual

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/PH19bxzvvrOXE2uR8LV+Pw==>

Firmado Por	Universidad De Almeria	Fecha	19/09/2017
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PÁGINA	4/5
			
PH19bxzvvrOXE2uR8LV+Pw==			

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía recomendada

Básica

- Valderrey Sanz, Pablo. SPSS 17 : extracción del conocimiento a partir del análisis de datos. Ra-Ma. 2010.
- Carles M. Cuadras. Métodos de análisis multivariante. Barcelona : EUB. 1996.
- César Pérez López. Métodos estadísticos avanzados con SPSS. Thomson . 2005.
- César Pérez López. Técnicas de análisis multivariante de datos : aplicaciones con SPSS. Pearson Prentice Hall. 2006.
- Hair, J.F., Anderson, R. E, Tatham, R.L. y Black, W.C. . Análisis multivariante. Prentice Hall. 1999.
- Martín Martín, Quintín.. Tratamiento estadístico de datos con SPSS . Thomson. 2008.
- Peña, Daniel. Análisis de Datos Multivariantes. McGraw-Hill. 2002.
- Teodoro Luque Martínez. Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados. Pirámide. 2000.
- Uriel Jiménez, Ezequiel; Aldás Manzano Joaquín. Análisis Multivariante Aplicado : Aplicaciones al marketing, investigación de mercados, economía, dirección de empresas y turismo . Thomson, D.L. 2005.

Complementaria

- Alvin C. Rencher. Methods of multivariate analysis. John Wiley & Sons, cop. 1995.
- Grande Esteban, Ildelfonso. Métodos multivariantes para la investigación comercial : teoría, aplicaciones y programación. Barcelona : Ariel. 1989.
- Pérez López, César. Técnicas de análisis de datos con SPSS 15. Pearson Prentice Hall. 2009.
- T.W. Anderson. An introduction to multivariate statistical analysis. John Wiley & Sons, cop. 2003.
- William R. Dillon, Matthew Goldstein. Multivariate analysis : methods and applications. John Wiley & Sons, cop. 1984.

Otra Bibliografía

Bibliografía existente en el Sistema de Información de la Biblioteca de la UAL

Puede ver la bibliografía existente en la actualidad en el Sistema de Gestión de Biblioteca consultando en la siguiente dirección:

<http://almirez.ual.es/search/e?SEARCH=ANALISIS ESTADISTICO DE DATOS>

DIRECCIONES WEB

- <http://www.ine.es>
Instituto Nacional de Estadística
- <http://www.iet.tourspain.es/>
Instituto de Estudios Turísticos
- <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia>
Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía
- <http://ec.europa.eu/eurostat>
Eurostat: Oficina europea de estadística
- <http://www.mineco.gob.es/portal/site/mineco/>
Ministerio de Economía y Competitividad
- <http://www.spss.com>
Software SPSS

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/PH19bxzvvrOXE2uR8LV+Pw==>

Firmado Por

Universidad De Almeria

Fecha

19/09/2017

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

PH19bxzvvrOXE2uR8LV+Pw==

PÁGINA

5/5



PH19bxzvvrOXE2uR8LV+Pw==