

**TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN MERCADOTECNIA**  
**Modalidad Escolarizada**

Programa de Estudios

Estadística aplicada a la mercadotecnia

**NOMBRE DE LA ASIGNATURA**  
Estadística aplicada a la mercadotecnia

**CLAVE DE LA ASIGNATURA**  
TMD404

**CICLO**  
CUARTO TETRAMESTRE

CRÉDITOS	HORAS FRENTE A DOCENTE	HORAS INDEPENDIENTES
5	48	32

**OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA**

Utilizar modelos de investigación y análisis estadísticos aplicados a los planes de mercadotecnia con el fin de fundamentar la toma de decisiones en los negocios.

**COMPETENCIAS:**

- Describe los fundamentos de estadística y porque es importante aprenderla.
- Reconoce el alcance de la investigación estadística cuando se aplica a la mercadotecnia.
- Identifica la aplicación de los conceptos básicos en tres casos prácticos de mercadotecnia.
- Enuncia los elementos que integran la información estadística y su aplicación práctica.
- Reconoce la importancia de la base de datos en la vida de las organizaciones.
- Utiliza el modelo cuantitativo y cualitativo del análisis de resultados.
- Señala las clases, etapas y ambientes que rodean a la toma de decisiones en la organización.

**INTRODUCCIÓN A LA ASIGNATURA:**

A lo largo de esta materia, se explorará el misterioso mundo de la estadística, que es un instrumento que ayuda a ver y a conocer la realidad. Proporciona un conjunto de elementos que, si se combinan en la justa medida, se puede obtener lo que se está buscando. La aplicación de esta ciencia es ilimitada, no sólo se usa para hacer censos de población, sino que se puede encontrar en la educación, administración, psicología y hasta en la historia.

En este apartado, se le proporcionará al docente los instrumentos metodológicos que impartirá a los alumnos, para que ellos construyan su propio aprendizaje. Lo primero que se verá; es la historia de la estadística y los fundamentos básicos. En la siguiente unidad la investigación estadística aplicada a la mercadotecnia. Después, cómo se aplican los conceptos básicos en la mercadotecnia. Posteriormente, el manejo de la información estadística y la base de datos y para finalizar, el análisis de resultados y la toma de decisiones.

Después de que los alumnos hayan aprendido el idioma de la estadística, ésta les proporcionará un instrumento poderoso para analizar datos en varios campos, en especial en la mercadotecnia, donde tiene un alto impacto para determinar las tendencias actuales de los consumidores, la participación en un mercado, estimación de precios, satisfacción de un producto, entre otros. Una vez que se obtiene toda la información y se convierte en datos numéricos, los directivos la usan para tomar decisiones que beneficien al negocio.

### Unidades temáticas

Nombre de la unidad	
I.	Fundamentos de estadística
II.	Modelos de investigación estadística aplicados a la mercadotecnia
III.	Aplicación de conceptos básicos: universo, muestra, entre otros
IV.	Manejo de información estadística y base de datos
V.	Análisis de resultados y toma de decisiones
<b>Actividades de aprendizaje</b>	
Propuestas y desarrolladas por el docente	

### Técnica didáctica

Aprendizaje Basado en problemas	Aprendizaje basado en proyectos	Aprendizaje Colaborativo	Aprendizaje experimental	Otra
		X		Centradas en el profesor Clase expositiva Demostración Centradas en el desempeño Discusión en equipos Centradas en el grupo

				Dinámicas de grupo.
--	--	--	--	---------------------

### Estrategia de evaluación

Asigne un porcentaje a aquellos componentes que tomará en cuenta para la aprobación de la asignatura.

Componente	Porcentaje
Exámenes parciales	
Examen final	
Tareas y actividades	X
Proyectos	
Asistencia	
Taller	
Total	0

### Bibliografía

- Sheldon M. Ross. Introducción a la estadística. Editorial Reverté.
- Robert Johnson. Estadística elemental. Editorial Trillas.
- Richard C. Weimer. Estadística. Editorial Cecsca.
- John E. Freund y Gary A. Simon. Estadística elemental. Ed. Prentice Hall
- William Mendenhall, Robert J. Beaver y Bárbara M. Beaver. Introducción a la probabilidad y estadística. Editorial Thomson.
- Murray R. Spiegel. Estadística. Editorial McGraw Hill.
- William G. Cochran. Técnicas de muestreo. Ed. Compañía editora continental.
- Jack Levin y William C. Levin. Fundamentos de estadística.
- Humberto Proaño. Estadística aplicada a la mercadotecnia. Editorial Diana.
- Víctor Branquehais Haro y José Antonio Gil. Base de datos. Editorial UPV
- Ramez Elmasri. Fundamentos de sistemas de base de datos. Editorial Pearson Educación.
- Socorro Olivares y Martín González. Comportamiento organizacional. Editorial Banca y comercio.
- Gareth R. Jones y Jennifer M. George. Administración contemporánea. Editorial McGraw Hill.

### Estadística

[dcb.fi-c.unam.mx/CoordinacionesAcademicas/.../ProbabilidadEstadistica/orig\\_est.html](http://dcb.fi-c.unam.mx/CoordinacionesAcademicas/.../ProbabilidadEstadistica/orig_est.html)  
[www.academia.edu/.../LA\\_IMPORTANCIA\\_DE\\_LA\\_ESTADISTICA\\_EN\\_EL\\_MAR...](http://www.academia.edu/.../LA_IMPORTANCIA_DE_LA_ESTADISTICA_EN_EL_MAR...)  
<https://es.scribd.com/doc/63884772/1-1-Conceptos-de-estadistica-y-su-clasificacion>  
[10ejemplos.com/10-ejemplos-de-poblacion-y-muestra-de](http://10ejemplos.com/10-ejemplos-de-poblacion-y-muestra-de)  
[materiaestadistica.blogspot.com/2012/01/variables-y-su-clasificacion.html](http://materiaestadistica.blogspot.com/2012/01/variables-y-su-clasificacion.html)

### Investigación estadística

<https://es.slideshare.net/ingricardoguevara/investigacin-estadstica-15314208>  
<https://www.emprendices.co/ejemplo-una-investigacion-mercados/>



**Muestreo**

[www.estadistica.mat.uson.mx/Material/elmuestreo.pdf](http://www.estadistica.mat.uson.mx/Material/elmuestreo.pdf)

**Frecuencia**

<https://educacion.elpensante.com/la-frecuencia-estadistica/>

**Base de datos**

[https://es.wikipedia.org/wiki/Base\\_de\\_datos](https://es.wikipedia.org/wiki/Base_de_datos)

[www.maestrosdelweb.com/que-son-las-bases-de-datos/](http://www.maestrosdelweb.com/que-son-las-bases-de-datos/)

**Clases de decisiones**

[pyme.lavoztx.com/cul-es-la-diferencia-entre-decisiones-programadas-y-decisiones-pr...](http://pyme.lavoztx.com/cul-es-la-diferencia-entre-decisiones-programadas-y-decisiones-pr...)

[https://es.wikipedia.org/wiki/Toma\\_de\\_decisiones](https://es.wikipedia.org/wiki/Toma_de_decisiones)

[www.monografias.com](http://www.monografias.com) › Administracion y Finanzas