



UNIVERSIDAD CAECE
DEPARTAMENTO DE MATEMATICA

PROGRAMA DE: ESTADÍSTICA APLICADA		
CODIGO DE LA CARRERA 083	PLAN DE LA CARRERA 04H	CODIGO ASIGNATURA 1864/04H
AÑO 3º	CUATRIMESTRE 2º	VIGENCIA 2004
CARRERA: LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA		
Nº DE RESOLUCIÓN MINISTERIAL 157/02		Nº DE RESOLUCIÓN INTERNA 762/00 – 107/01 – 533/01 – 99/04

OBJETIVOS

El propósito fundamental es brindar al alumno los elementos básicos de la Estadística para que es pueda interpretar y participar en equipos de investigación social dentro del área del turismo.

Además se pretende que el alumno pueda interpretar los informes, las investigaciones realizadas por otros dentro del área del turismo.

Se pretende además despertar en el discípulo un espíritu critico apoyado en métodos cuantitativos.

CONTENIDOS MINIMOS

El rol de la estadística en la investigación comercial. Elementos de la Teoría de la Probabilidad. Probabilidad Clásica y frecuencial. Experimentos aleatorios, espacio muestral. Sucesos, reglas de adición y de la multiplicación. Niveles de medición de variables, aplicaciones en la investigación de mercados, Presentación gráfica. Medidas de resumen de la información: medidas de posición y de variabilidad. La media aritmética, la mediana y el modo. Los percentilos y su utilización, determinación de perfiles. La variancia, el desvío estándar y el coeficiente de variación. El análisis de correlación y de regresión en la investigación de mercados. Elementos de la Teoría del Muestreo. Estimaciones y distribuciones muestrales. Aplicaciones a la investigación de mercados. Test de hipótesis e intervalos de confianza. Análisis multivariado. Segmentación de mercados. Aplicación de estadísticas a la actividad turística.

PROGRAMA ANALITICO

1. *El rol de la Estadística en la Investigación en Turismo. Elementos de la Teoría de la Probabilidad y su relación con las observaciones empíricas. Probabilidad Clásica y Frecuencial. Experimentos aleatorios, espacio muestral. sucesos, reglas de adición y de la multiplicación.*
2. *Niveles de medición de variables, aplicaciones en la Investigación de Mercados. Presentación Gráfica. Medidas de resumen de la información: medidas de posición y de variabilidad. La media aritmética, la mediana y el modo. Los percentiles y su utilización, determinación de perfiles. La variancia, el desvío estandard y el coeficiente de variación.*
3. *El análisis de correlación y de regresión en la investigación de mercados. Elementos de la Teoría del Muestreo. Aplicaciones a la Investigación de Mercados.*
4. *Test de hipótesis e intervalos de confianza, ejemplos prácticos sobre variables relativas a temas de investigación de mercados.*
5. *Elementos del diseño experimental y del análisis multivariado. Segmentación de mercados turísticos.*

BIBLIOGRAFIA

Johnson, R. ***Estadística Elemental***. Editorial Iberoamericana

Zikmund, W. G. ***Investigación de Mercados***. Editorial Simon & Schuster Co.

METODOLOGÍA

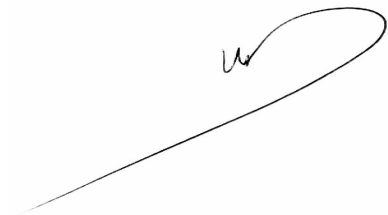
Las clases serán teórico prácticas en las que los alumnos expondrán temas propuestos por el profesor. Serán expositivas y participativas.

EVALUACIÓN: APROBACIÓN DEL CURSADO DE LA ASIGNATURA

- Cumplimiento del 75% de asistencia a clase.
- Aprobación de exámenes parciales según la planificación presentada por la cátedra.

EVALUACIÓN FINAL: REGIMEN DE APROBACIÓN DE LA MATERIA

Examen oral y/o escrito individual, integrador de toda la materia.



DANIEL PRELAT
Director de Departamento



PATRICIA PEROUCH
Secretaria Académica