



### 1. DATOS GENERALES DEL CURSO

|                           |                                       |                                  |            |                |
|---------------------------|---------------------------------------|----------------------------------|------------|----------------|
| Nombre del curso          | Estadística II                        |                                  |            |                |
| Programa al que pertenece | Licenciatura en Mercadotecnia Digital |                                  |            |                |
| Área de formación         | Básica Particular Obligatoria         |                                  |            |                |
| Clave de la materia       | IH697                                 | Créditos                         |            | 8              |
| Horas totales del curso   | 90                                    | Horas Teoría                     | 30         | Horas Práctica |
| Fecha de diseño del curso | 16/11/2020                            | Fecha de actualización del curso | 04/06/2021 |                |

### 2. COMPETENCIA

El estudiante calcula estadísticas y estimaciones de fenómenos de mercado, a partir de técnicas de estadística inferencial con la finalidad de hacer análisis sustentados, integrales y transparentes.

### 3. PRODUCTO INTEGRADOR

|             |  |
|-------------|--|
| Descripción | Reporte estadístico inferencial representando información de manera gráfica, analítica, creativa e innovadora. |
|-------------|--|

### 4. RECORTE DE CONTENIDO

|          | Tema 1  | Tema 2  | Tema 3  | Tema 4   |
|----------|---|---|---|--|
| Título   | Introducción a la Estadística Inferencial   | Probabilidad y Toma de Decisiones   | Muestreo  | Inferencias Estadísticas   |
| Objetivo | Conocer los conceptos básicos de la estadística inferencial, así como su importancia y relación con la Mercadotecnia. | Comprender la definición de probabilidad y su relevancia en la toma de decisiones de mercado. | Identificar los tipos de muestreo y su cálculo para procesos de investigación de mercado. | Reconocer las diferentes técnicas estadísticas para hacer inferencias. |



|                  |   |  |  |   |
|------------------|---|--|--|---|
| <b>Contenido</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Estadística inferencial</li><li>• Frecuencia</li><li>• Parámetro</li><li>• Evento</li><li>• Estimación</li><li>• Intervalo</li><li>• Elemento o individuo</li><li>• Constante</li><li>• Variables</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Métodos para asignar probabilidades<ul style="list-style-type: none"><li>○ Probabilidad clásica</li><li>○ Probabilidad empírica</li><li>○ Probabilidad subjetiva</li></ul></li><li>• Reglas para calcular probabilidades<ul style="list-style-type: none"><li>○ Regla de la adición<ul style="list-style-type: none"><li>■ Eventos mutuamente excluyentes</li><li>■ Eventos mutuamente incluyentes</li></ul></li><li>○ Regla del complemento</li><li>○ Regla de la multiplicación<ul style="list-style-type: none"><li>■ Eventos independientes</li><li>■ Eventos dependientes</li></ul></li></ul></li><li>• Distribuciones de Probabilidad<ul style="list-style-type: none"><li>○ Distribuciones Discretas</li><li>○ Distribuciones Continuas</li></ul></li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Población y Muestra</li><li>• Población finita</li><li>• Población infinita</li><li>• Muestras pequeñas</li><li>• Muestras grandes</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Estimaciones estadísticas<ul style="list-style-type: none"><li>○ Estimación puntual</li><li>○ Estimación de intervalo</li></ul></li><li>• Tablas de contingencia</li><li>• Correlación de variables</li><li>• Dependencia e independencia estadística</li><li>• Regresión Lineal Simple</li><li>• Prueba de Hipótesis</li></ul> |
|------------------|---|--|--|---|



## 5. PRERREQUISITOS

|                     |                         |
|---------------------|-------------------------|
| <b>Obligatorios</b> | Ninguno                 |
| <b>Recomendados</b> | Proyecto I; Proyecto II |

## 6. PERFIL DEL DOCENTE PARA IMPARTIR EL CURSO

Profesor con nivel Licenciatura o Posgrado de cualquier carrera económico administrativa, ingeniería o afín, que cuente con conocimientos sobre métodos cuantitativos y herramientas utilizadas en la estadística inferencial, junto con una noción general de cómo se pueden utilizar tales técnicas para la interpretación y explicación de información en la toma de decisiones de mercado.