

**1. DATOS GENERALES DEL CURSO**

|                                  |                                       |                     |                                         |                       |    |
|----------------------------------|---------------------------------------|---------------------|-----------------------------------------|-----------------------|----|
| <b>Nombre del curso</b>          | Estadística II                        |                     |                                         |                       |    |
| <b>Programa al que pertenece</b> | Licenciatura en Mercadotecnia Digital |                     |                                         |                       |    |
| <b>Área de formación</b>         | Básica Particular Obligatoria         |                     |                                         |                       |    |
| <b>Clave de la materia</b>       | IH697                                 |                     | <b>Créditos</b>                         | 8                     |    |
| <b>Horas totales del curso</b>   | 90                                    | <b>Horas Teoría</b> | 30                                      | <b>Horas Práctica</b> | 60 |
| <b>Fecha de diseño del curso</b> | 16/11/2020                            |                     | <b>Fecha de actualización del curso</b> | 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**

|                 | <b>Tema 1</b>                                                                                                         | <b>Tema 2</b>                                                                                 | <b>Tema 3</b>                                                                             | <b>Tema 4</b>                                                          |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| <b>Título</b>   | Introducción a la Estadística Inferencial                                                                             | Probabilidad y Toma de Decisiones                                                             | Muestreo                                                                                  | Inferencias Estadísticas                                               |
| <b>Objetivo</b> | 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.