



Programa de Asignatura

ESTADÍSTICA APLICADA A LA PUBLICIDAD

Publicidad y Relaciones Públicas

Código: 28-97-10 **Curso** 1999-2000

Carga docente: 3 créditos teóricos y 1'5 prácticos.

Profesores: Carlos Fernández Cuesta, Francisco Ibáñez García

Departamento: Estadística e Investigación Operativa (Facultad de Ciencias).

El objetivo de la asignatura es dotar a los alumnos de los conocimientos necesarios que les permita comprender, interpretar y comunicar correctamente los conceptos estadísticos que se utilizan en los medios de comunicación publicitarios, económicas, sociales, políticos etc.

También se pretende introducir al alumno en el manejo de algunas técnicas estadísticas para el estudio de la dependencia entre variables y la predicción.

PROGRAMA:

1. **Introducción a la Estadística:** Evolución histórica de la Estadística. La Estadística Descriptiva y su significado. Variables estadísticas. Población y muestra. Estadística Descriptiva e Inductiva.
2. **Variables estadísticas unidimensionales:** Los datos estadísticos y su tabulación. Representaciones gráficas de las variables estadísticas unidimensionales.
3. **Medidas de posición:** Las medidas de posición. Las medias o promedios. Otros promedios. Comparación de las medias. Mediana. Peculiaridades de la media aritmética, de la mediana y de la moda
4. **Medidas de orden, dispersión, forma y concentración:** Medidas de orden. Medidas de dispersión. Medidas de forma. Medidas de concentración.
5. **Variables estadísticas bidimensionales. Regresión y correlación:** Distribuciones bidimensionales. Distribuciones marginales y condicionadas. Independencia y asociación de atributos. Regresión lineal y correlación. El coeficiente de determinación.
6. **Series temporales:** Noción de serie temporal. Componentes de las series temporales. Modelos de descomposición de una serie temporal en sus componentes. Determinación de la tendencia general de una serie temporal, estacional y cíclica.
7. **Números índices:** Números índices. Números índices simples. Índices complejos no ponderados. Índices complejos ponderados. Índices de precios, cantidad y valor. Propiedades de los índices de Laspeyres, Paasche y Fisher. El índice de precios al consumo. Poder adquisitivo. Deflación.
8. **Teoría estadística de la decisión:** Introducción a un problema de decisiones. Criterio del valor monetario esperado. El valor de la información. Análisis para tamaños muestrales grandes. Análisis de la utilidad.

OBSERVACIONES

Evaluación: Examen final, en Febrero.

BIBLIOGRAFÍA

Referencias básicas:

- Fernández Cuesta C. y Fuentes García F., *Curso de Estadística Descriptiva. Teoría y práctica*. Ariel Economía, Barcelona 1995.
- Manteca Ramos, I. y Sánchez S., J. *Cuestiones y Problemas Resueltos de Estadística*. Gamma, Alicante 1995.
- Tomeo, P. V. y Uña, J. I., *Diez lecciones de estadística descriptiva*. De. AC, Madrid 1990.
- Coquillat, F. *Estadística descriptiva. Metodología y cálculo*. Tebar-Flores, Albacete 1991.
- Uriel, E. y Muñiz, M., *Estadística Económica y Empresarial*. Editorial AC, Madrid, 1993.
- Fernández Fernández, S., Cordero Sánchez, J.M. y Córdoba Largo, A., *Estadística Descriptiva*. Editorial ESIC, Madrid, 1996.
- Harnet, D. y Murphy, J., *Introducción al Análisis Estadístico*. Addison-Wesley Iberoamericana, México, 1980.
- Peña, D. y Romo, J., *Introducción a la Estadística para las Ciencias Sociales*. McGraw-Hill, Interamericana de España, 1997.

Referencias complementarias:

- Calot, G. *Curso de Estadística Descriptiva*. Paraninfo, Madrid 1988.
- Alcalde Inchausti, A., *Estadística aplicada a las ciencias sociales*. Pirámide, Madrid 1976.