

MATERIA

Estadística Aplicada a los Negocios

FACULTAD

Ciencias Económicas y de la Administración

CARRERA

Marketing Digital y Administración de Negocios Digitales

SEDE

SAN RAFAEL

UBICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS

1ER SEMESTRE – 1º AÑO

ÁREA DE FORMACIÓN

Determinada por la Carrera

TURNO

TODOS

CARGA HORARIA

HORAS TOTALES	HORAS TEÓRICAS	HORAS PRÁCTICAS
64	44	20

EQUIPO DOCENTE

prof. Analý Herrera

ASIGNATURAS CORRELATIVAS PREVIAS

Ninguna

ASIGNATURAS CORRELATIVAS POSTERIORES

Introducción a los Datos como Activo Estratégico

MARCO ACADÉMICO DE LA MATERIA

Nivel de formación: Nivel 1 – Introductorio

Tipo de aprendizaje: Técnico / Analítico

Output del estudiante (obligatorio): Interpretación básica de datos y construcción de indicadores simples

Evidencia de evaluación del output (obligatorio): Dos evaluación teórico-práctica y dos trabajos prácticos integradores, con instancias individuales y grupales.

CONTENIDOS MÍNIMOS

Variables estadísticas, medidas descriptivas, regresión simple y correlación. Probabilidades aplicadas. Interpretación de resultados estadísticos orientados a la optimización de procesos digitales. Aplicación de modelos estadísticos básicos en la toma de decisiones empresariales. Inteligencia operativa. Creación de indicadores de eficiencia y experiencia.

Este apartado no puede ser modificado bajo ningún criterio.

ALCANCE Y LÍMITES

Esta asignatura incluye:

- Fundamentos de la estadística aplicada a los negocios.
- Identificación y clasificación de variables estadísticas en contextos de análisis de datos.
- Organización, representación e interpretación de datos mediante tablas y gráficos estadísticos.
- Cálculo e interpretación de medidas descriptivas de posición y variabilidad.
- Análisis de relaciones entre variables a través de correlación y regresión lineal simple.
- Aplicación de conceptos básicos de probabilidad en contextos vinculados a los negocios digitales.

- Interpretación de resultados estadísticos orientados al análisis de información y a la toma de decisiones en entornos digitales.
- Construcción de indicadores simples para el análisis de procesos y desempeño en negocios digitales.

Esta asignatura no incluye:

- Analítica digital avanzada
- Modelos predictivos
- Big Data
- Herramientas de automatización

ARTICULACIÓN CON OTRAS MATERIAS

Continúa en: Introducción a los Datos como Activo Estratégico

Profundiza en: Métricas de Impacto Digital y Analítica Avanzada

Se aplica en: Métodos Digitales de Investigación de Mercado

FUNDAMENTOS DE LA ASIGNATURA

La asignatura se inserta en el inicio del trayecto formativo de la carrera con el propósito de introducir a los estudiantes en el análisis e interpretación de datos en contextos de negocios digitales.

En un entorno caracterizado por la generación constante de información proveniente de plataformas digitales, redes sociales, comercio electrónico y sistemas de gestión, la estadística constituye una herramienta fundamental para organizar, describir e interpretar datos que permitan comprender el comportamiento de usuarios, evaluar resultados y apoyar procesos de toma de decisiones.

En este sentido, la materia busca desarrollar competencias iniciales vinculadas a la lectura crítica de información estadística, la construcción de indicadores simples y la interpretación de resultados, utilizando herramientas básicas de la estadística descriptiva y probabilística aplicadas a situaciones propias de los negocios digitales.

De este modo, la asignatura establece las bases necesarias para el desarrollo posterior de competencias analíticas más avanzadas vinculadas a la analítica digital y la gestión estratégica de datos.

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar la capacidad de analizar, organizar e interpretar información estadística básica aplicada a contextos de negocios digitales, favoreciendo la comprensión de datos y la construcción de indicadores simples para la toma de decisiones.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los conceptos fundamentales de la estadística aplicada a los negocios.
- Reconocer diferentes tipos de datos y variables presentes en entornos digitales.
- Organizar información mediante tablas de frecuencia y representaciones gráficas.
- Calcular e interpretar medidas estadísticas descriptivas.
- Analizar relaciones entre variables mediante correlación y regresión simple.
- Interpretar resultados estadísticos para comprender fenómenos vinculados al desempeño de negocios digitales.

EXPECTATIVAS DE LOGRO

Al finalizar la asignatura, se espera que el estudiante sea capaz de:

- Identificar y clasificar distintos tipos de variables estadísticas presentes en contextos de negocios digitales.
- Organizar y representar información mediante tablas y gráficos estadísticos.
- Calcular e interpretar medidas descriptivas básicas.
- Analizar relaciones simples entre variables a partir de herramientas estadísticas básicas.
- Interpretar resultados estadísticos para comprender tendencias y comportamientos en entornos digitales.
- Construir indicadores simples que permitan analizar información relevante para los negocios digitales.

CONTENIDOS POR UNIDAD

Unidad I: Variables estadísticas y medidas descriptivas

Concepto de estadística. Población y muestra. Variables estadísticas: cualitativas y cuantitativas. Organización de datos. Tablas de frecuencia. Representaciones gráficas. Medidas descriptivas de posición: media, mediana y moda. Cuartiles.

Medidas de variabilidad: rango, varianza y desvío estándar. Interpretación de medidas estadísticas en el análisis de datos. Covariancia.

Bibliografía

- Anderson, D., Sweeney, D., & Williams, T. (2016). *Estadística para administración y economía* [Caps. 1, 2 y 3]. CENGAGE Learning.
- Lind, D., Marchal, W., & Wathen, S. (2015) *Estadística aplicada a los negocios y la economía*. [Caps. 1, 2 y 3]. McGraw Hill.

Unidad II: Regresión simple y correlación

Concepto de relación entre variables. Correlación. Interpretación del coeficiente de correlación. Regresión lineal simple. Representación gráfica e interpretación de resultados.

Bibliografía

- Anderson, D., Sweeney, D., & Williams, T. (2016). *Estadística para administración y economía* [Cap. 13]. CENGAGE Learning.
- Lind, D., Marchal, W., & Wathen, S. (2015) *Estadística aplicada a los negocios y la economía*. [Cap. 12]. McGraw Hill.

Unidad III: Probabilidades aplicadas

Concepto de probabilidad. Experimentos aleatorios. Eventos y espacio muestral. Probabilidad simple. Distribución de probabilidades. Teorema de Bayes. Técnicas de conteo. Aplicaciones de la probabilidad en contextos de negocios digitales.

Bibliografía

- Anderson, D., Sweeney, D., & Williams, T. (2016). *Estadística para administración y economía* [Cap. 4]. CENGAGE Learning.
- Lind, D., Marchal, W., & Wathen, S. (2015) *Estadística aplicada a los negocios y la economía*. [Cap. 5]. McGraw Hill.

Unidad IV: Aplicación de modelos estadísticos en la toma de decisiones empresariales

Interpretación de resultados estadísticos orientados a la optimización de procesos digitales. Distribución Binomial, Hipergeométrica, Exponencial, Uniforme y Poisson.

Distribución Normal. Uso de herramientas estadísticas básicas para el análisis de información en contextos empresariales. Aplicación de modelos estadísticos simples en la toma de decisiones.

Bibliografía

- Levine, D., Krehbiel, T. y Berenson, M. (2017). *Estadística para administración*. Pearson.
- Anderson, D., Sweeney, D., & Williams, T. (2008). *Estadística para administración y economía*. CENGAGE Learning.

Unidad V: Análisis de casos e indicadores en negocios digitales

Análisis de casos aplicados al entorno digital. Inteligencia operativa basada en datos. Creación de indicadores de eficiencia y experiencia. Interpretación de métricas para evaluar el desempeño de estrategias digitales.

Bibliografía

- Instituto Europeo de Posgrado (IEP). (s.f.). *Gestión por procesos*. https://campusvirtual.iep.edu.es/recursos/biblioteca/pdf/gestion_calidad/clase2_pdf1.pdf
- Jaramillo, F, Mayorca Hernández, R y Boada, A. (2024). *Inteligencia estadística y analítica de datos*. Fondo Editorial Fundación Universitaria CEIPA Powered by Arizona State University.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía obligatoria

- Anderson, D., Sweeney, D., & Williams, T. (2016). *Estadística para administración y economía* (12.ª ed.). Cengage Learning.
- Levine, D., Stephan, D., Szabat, K., & Berenson, M. (2017). *Estadística para administración* (7.ª ed.). Pearson.
- Lind, D., Marchal, W., & Wathen, S. (2015). *Estadística aplicada a los negocios y la economía* (16.ª ed.). McGraw-Hill Education.

Bibliografía complementaria

- Anderson, C. (2017). *Analytics at Work: Smarter Decisions, Better Results*. Harvard Business Review Press.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing* (7th ed.). Pearson.

- Newbold, P., Carlson, W., & Thorne, B. (2013). *Estadística para administración y economía*. Pearson.
- Triola, M. (2018). *Estadística* (12.ª ed.). Pearson.

CRONOGRAMA DE ENCUENTROS

- **17-03 Unidad 1** Introducción a la estadística aplicada a los negocios digitales. Población, muestra y variables estadísticas. (*Actividad: Identificación de variables en datos de plataformas digitales*)
- **31-03 Unidad 1** Organización de datos y tablas de frecuencia. (*Actividad: Construcción de tablas de frecuencia*)
- **07-04 Unidad 1** Representaciones gráficas: gráficos de barras, sectores y lineales. (*Actividad: Elaboración e interpretación de gráficos*)
- **14-04 Unidad 1** Medidas descriptivas de posición: media, mediana y moda. (*Actividad: Cálculo e interpretación de medidas de tendencia central*)
- **21-04 Unidad 1** Medidas de variabilidad: rango, varianza y desvío estándar. (*Actividad: Resolución de ejercicios*)
- **28-04 Parcial 1** Evaluación teórico-práctica de **Unidades 1 y 2** (variables estadísticas, medidas descriptivas, correlación y regresión simple).
- **05-05 Unidad 3** Concepto de probabilidad. Experimentos aleatorios, eventos y espacio muestral. (*Actividad: Resolución de ejercicios de probabilidad*)
- **12-05 Unidad 3** Probabilidades aplicadas al comportamiento de usuarios en entornos digitales. (*Actividad: Análisis de situaciones problemáticas*)
- **19-05 Unidad 4** Aplicación de modelos estadísticos básicos en la toma de decisiones empresariales. (*Actividad: Interpretación de resultados estadísticos en contextos de negocios digitales*)
- **26-05 Unidad 4** Análisis de información estadística para la optimización de procesos digitales. (*Actividad: Resolución de casos*)
- **02-06 Unidad 5** Análisis de casos. Inteligencia operativa basada en datos. (*Actividad: Identificación de indicadores en negocios digitales*)
- **09-06 Parcial 2** Evaluación teórico-práctica de **Unidades 3, 4 y 5**.
- **16-06 Recuperatorios de parcial 1 o 2.**

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

La asignatura se desarrollará mediante una combinación de clases teóricas y prácticas orientadas a favorecer la comprensión y aplicación de los conceptos estadísticos en contextos vinculados a los negocios digitales.

Las clases teóricas estarán destinadas a la presentación y explicación de los contenidos conceptuales fundamentales, promoviendo la participación activa de los estudiantes mediante preguntas, intercambio de ideas y análisis de situaciones problemáticas.

Las clases prácticas se orientarán a la resolución de ejercicios y problemas aplicados, con el objetivo de fortalecer la comprensión de los procedimientos estadísticos y su interpretación en contextos reales o simulados vinculados al entorno digital.

Se trabajará con análisis de datos, elaboración de tablas y gráficos, cálculo e interpretación de medidas estadísticas, así como el análisis de relaciones entre variables y probabilidades aplicadas.

Asimismo, se promoverá el análisis de casos y la construcción de indicadores simples que permitan interpretar información relevante para la toma de decisiones en contextos de negocios digitales.

Como parte del proceso de aprendizaje, se desarrollarán actividades individuales y grupales que favorezcan el pensamiento crítico, la interpretación de resultados estadísticos y la aplicación de los conocimientos adquiridos en situaciones prácticas.

REGULARIDAD Y EVALUACIÓN

- Evaluaciones parciales teórico-prácticas.
- Trabajos prácticos individuales y grupales.
- Participación en clase.

Regularidad: 75% de asistencia y aprobación de evaluaciones parciales con un mínimo del 60%.

Promoción directa:

Aprobación de parciales con un mínimo del 75%, cumplimiento de actividades prácticas obligatorias y aprobación de dos trabajos dos trabajos prácticos integradores.

ESCALA DE CALIFICACIONES	PORCENTAJE NOTAS		DESAPROBADOS
	0%	0	
	1% A 12%	1	
	13% A 24%	2	
	25% A 35%	3	
	36% A 47%	4	
	48% A 59%	5	APROBADOS
	60% A 64%	6	
	65% A 74%	7	
	75% A 84%	8	PROMOCIONADO
	85% A 94%	9	
	95% A 100%	10	