FITXA IDENTIFICATIVA

Dades de l'Assignatura	
Codi	44480
Nom	Anàlisi de dades per a la presa de decisions
Cicle	Màster
Crèdits ECTS	3.0
Curs acadèmic	2022 - 2023

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
2212 - M.U. Direcció d' Empreses. MBA 15-V.2	Facultat d'Economia	1	Primer quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
2212 - M.U. Direcció d' Empreses. MBA 15-V.2	3 - Mètodes quantitatius per a la presa de decisions	Obligatòria

Coordinació

Nom	Departament
BLASCO BLASCO, OLGA	110 - Economia Aplicada

RESUM

L'objetiu és dotar l'estudiant d'un conjunt d'eines d'anàlisi que constitueixin un suport bàsic, de manera que li permeten contrastar les hipòtesis o supòsits que plantegen. L'objetiu d'aquest mòdul ès desenvolupar les tècniques estadístiques i saber escollir la mès adequada per a cada problema concret. El desenvolupament de les classes seguirà el següent esquema:

-Plantejament del problema que es vol estudiar.

-Recollida de la informació i tractament de les dades.

- Aplicació de la tècnica més adequada per resoldre el problema plantejat, utilitzant el programari més apropiat per a això.

- Interpretació dels resultats obtinguts.

- Presentació de la informació.

CONEIXEMENTS PREVIS

Relació amb altres assignatures de la mateixa titulació

No heu especificat les restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

Altres tipus de requisits

Lestudiant/a que provinga de titulacions sense matèries instrumentals de tipus quantitatiu o amb una experiència professional que no incloga aquestes qüestions, per poder assolir els resultats daprenentatge, ha de cobrir uns complements de formació, que en el cas daquesta assignatura comprèn aspectes de les tècniques quantitatives
Aquesta formació sobté mitjançant el treball autònom de lestudiant/a, guiat, si cal, mitjançant tutories realitzades pel professorat de lassignatura Anàlisi de dades per a

COMPETÈNCIES

2212 - M.U. Direcció d' Empreses. MBA 15-V.2

- Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements adquirits i la seua capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seua àrea d?estudi.
- Que els estudiants siguen capaços d?integrar coneixements i afrontar la complexitat de formular judicis a partir d?una informació que, sent incompleta o limitada, incloga reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l?aplicació dels seus coneixements i judicis.
- Que els estudiants sàpiguen comunicar les conclusions (i els coneixements i les raons últimes que les sustenten) a públics especialitzats i no especialitzats d?una manera clara i sense ambigüitats.
- Posseir i comprendre coneixements que aportin una base o oportunitat de ser originals en el desenvolupament i / o aplicació d'idees, sovint en un context de recerca.
- Buscar, seleccionar i valorar informació emanada dels distints agents de l'entorn, a través de mètodes tradicionals i de les tecnologies de la informació i de la comunicació per a utilitzar-la de forma efectiva davant de problemes i situacions relacionades amb l'activitat empresaria.
- Analitzar, sintetitzar i valorar informació, de forma rigorosa i crítica, amb capacitat per a identificar asunciones, avaluar evidències, detectar lògiques o raonaments falsos, identificar valors implícits, i generalitzar de manera apropiada sobre problemes i situacions relacionades amb el món empresarial.
- Actuar en la presa de decisions de l'empresa en el marc dels Drets Humans, els principis democràtics, els principis d'igualtat entre dones i hòmens, de solidaritat, de protecció mediambiental, d'accessibilitat universal i disseny per a tots, i de foment de la cultura de la pau.

- Analitzar i valorar les àrees funcionals de l'empresa amb l'objectiu d'obtindre un coneixement de les seues fortaleses i debilitats actuals i potencials com a suport a la presa de decisions.
- Integrar les distintes àrees funcionals de l'empresa (màrqueting, financera, recursos humans, operacions) de manera sinèrgica.
- Analitzar distints mètodes quantitatius que permeten resoldre problemes en situacions d'incertesa i precisar les estratègies a fi de millorar el rendiment global de l'empresa i anticipar-se als competidors.

RESULTATS DE L'APRENENTATGE

Per superar aquesta assignatura , els estudiants han de ser capaços de :

- Saber modelar situacions econòmiques i empresarials que s'ajustin a les estructures matemáticas estudiadas
- Ser capaç de triar la ferramenta analítica més adequada per a resoldre un problema que implique la presa de decisions en gestió
- Saber interpretar els resultats obtinguts dels models resolts.
- Saber definir, expressar i resoldre de forma sistemàtica problemes econòmics complexos.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

0. Conceptes bàsics d'estadística aplicada a les Ciències Socials

Introducció.
Formulació estadística de problemes.
Anàlisi de dades i extracció de la informació.
Presentació i comunicació dels resultats

1. La investigació estadística

1.1. Introducció.
1.2. Formulació estadística de problemes.
1.3. Anàlisi de dades i extracció de la informació.
1.4. Presentació i comunicació dels resultats.

2. Mostreig i contrast d'hipòtesis.

2.1. Introducció.
2.2. Conceptes bàsics.
2.3. Tipus de mostreig.
2.4. Intervals de confiança.
2.5. Contrastos d'hipòtesis.

3. Regressió lineal múltiple

3.1. Introducció.
3.2. El model de regressió lineal múltiple i la seua estimació per mínims quadrats.
3.3. Hipòtesis estadístiques bàsiques del model.
3.4. Mesures de la bondat de l'ajust.

4. Anàlisi de conglomerats

4.1. Introducció.
4.2. Mesures de similaridad.
4.3. Formació dels grups: Anàlisi jeràrquica de conglomerats.
4.4. Formació dels grups: Anàlisi no jeràrquic de conglomerats.

5. Anàlisi de components principals

5.1. Introducció.
5.2. Components principals de dos variables.
5.3. Obtenció de les components principals en el cas general i les seues propietats.
5.4. Interpretació.

VOLUM DE TREBALL

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Pràctiques en aula informàtica	24,00	100
Tutories reglades	6,00	100
Elaboració de treballs en grup	5,00	0
Elaboració de treballs individuals	5,00	0
Preparació d'activitats d'avaluació	5,00	0
Preparació de classes de teoria	10,00	0
Preparació de classes pràctiques i de problemes	15,00	0
Resolució de casos pràctics	5,00	0
TOTAL	**75,00**	

METODOLOGIA DOCENT

La metodologia docent consisteix en classes presencials en què el/la professor/a exposa les característiques de cadascun dels models per estudiar i les seues propietats estadístiques. Mitjançant un cas pràctic s'explica com s'implementen aquests models al programa informàtic utilitzat i, a partir de l'eixida d'ordinador, es comenta com s'interpreten els resultats i quines decisions caldria prendre.

Després de l'explicació de cada model es plantegen diversos casos pràctics per ser resolts amb ajuda del professor o la professora; uns altres perquè l'estudiant/a els faça a casa ser i resodre'ls en la classe següent; i finalment es proposen casos més complexos perquè els resolguen els estudiants en grup.

AVALUACIÓ

En el procés d'avaluació es tindran en compte la participació activa dels estudiants en les classes, les seues intervencions en les sessions pràctiques i els treballs presentats tant individualment com en grup. Aquesta part de l'avaluació serà com a mínim del 30% de la nota final. Cas de ser necessària la realització d'una prova objectiva (examen escrit), la nota d'aquesta no podrà superar el 70% de la nota final. Per a aprovar l'assignatura serà necessari tenir una nota igual o superior a 5 en cadascuna de les parts. La nota de l'avaluació contínua també serà tinguda en compte en la segona convocatòria. L'estudiant té dret a poder superar l'assignatura en segona convocatòria mitjançant la realització d'un examen en el qual se li avalue de totes les activitats d'avaluació contínua recuperables i a mantenir la nota d'aquelles no recuperables.

REFERÈNCIES

Bàsiques

- Casas, J.M. (2011). Estadística II: Inferencia Estadística. Editorial Universitaria Ramón Areces. Madrid.

Lévy, J.P.; Varela, J. (2003). Análisis multivariable para las ciencias sociales. Pearson-Prentice Hall. Madrid.

Hair, J.F.; Anderson, R.; Tatham, R.L.; Black, W.C. (1999). Análisis Multivariante. Prentice Hall. Madrid.

Uriel, E.; Aldás, J. (2005). Análisis multivariante aplicado: aplicaciones al marketing, investigación de mercados, economía, dirección de empresas y Turismo. Thomson. Madrid