

Técnicas Cuantitativas Aplicadas al Turismo

Código: 104951
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2500894 Turismo	FB	1	2

Contacto

Nombre: Mariona Vilà Bonilla

Correo electrónico: Mariona.Vila@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: inglés (eng)

Algún grupo íntegramente en inglés: Sí

Algún grupo íntegramente en catalán: Sí

Algún grupo íntegramente en español: No

Prerequisitos

Ninguno

Objetivos y contextualización

Al final del curso, los estudiantes podrán:

- Utilizar adecuadamente el vocabulario de la estadística.
- Identificar qué tipos de variables son adecuadas para el análisis cuantitativo del turismo.
- Recopilar, analizar y representar información cuantitativa y cualitativa en la industria del turismo y la hospitalidad.
- Analizar datos, poblaciones y muestras, así como la asociación entre variables para evaluar la dimensión económica del turismo.
- Conocer los conceptos y parámetros principales de las estadísticas descriptivas y establecer criterios para presentar datos a nivel analítico y gráfico.
- Identificar variables relacionadas con el turismo caracterizadas por la aleatoriedad y analizarlas utilizando técnicas probabilísticas básicas.
- Implementar la inferencia estadística usando hipótesis de prueba y estimación.
- Realizar análisis de series de tiempo y previsión de variables turísticas clave.
- Establecer las ventajas y desventajas de los diferentes métodos estadísticos para un tipo dado de observaciones.
- Identifique las fuentes clave de datos cuantitativos en turismo y hospitalidad (por ejemplo, publicaciones, encuestas, etc.) y sepa cómo usarlos.

Competencias

- Adaptarse a los cambios tecnológicos que vayan surgiendo.
- Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
- Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.
- Ser capaz de autoevaluarse los conocimientos adquiridos.
- Trabajo en grupo.
- Valorar la dimensión económica del turismo a diferentes escalas y analizar la interrelación entre ellas.

Resultados de aprendizaje

1. Adaptarse a los cambios tecnológicos que vayan surgiendo.
2. Analizar datos, poblaciones y muestras, tablas y representaciones gráficas, así como asociación entre variables para poder valorar la dimensión económica del turismo.
3. Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
4. Identificar situaciones referentes al sector turístico caracterizadas por la aleatoriedad y analizarlas mediante las herramientas probabilísticas básicas.
5. Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.
6. Recoger, representar y analizar información cuantitativa y cualitativa referente al sector turístico.
7. Ser capaz de autoevaluarse los conocimientos adquiridos.
8. Trabajo en grupo.

Contenido

TEMA 1. INTRODUCCIÓN A LAS ESTADÍSTICAS

Conceptos básicos en estadística. Organización y presentación de datos: tablas y distribución de frecuencias y representaciones gráficas.

TEMA 2. MEDIDAS DE LA TENDENCIA CENTRAL

Conceptos de media, mediana, moda, quintiles. Relación entre medidas. Procedimientos y solicitudes.

TEMA 3. MEDIDAS DE DISPERSIÓN.

Rango, rango intercuartil, desviación, varianza, desviación estándar y coeficiente de variación.

TEMA 4. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS

Distribución de frecuencia teórica de una variable. Medidas de concentración y desigualdades: asimetría y curtosis. Distribuciones normales.

TEMA 5. SERIE DE DOS VARIABLES

Definición y representación gráfica. Tendencia central. Dispersión estadística. La covarianza.

TEMA 6. DEPENDENCIA ESTADÍSTICA. CORRELACIÓN

Correlación: concepto, procedimiento y aplicación. El coeficiente de correlación de Pearson. Ajuste de regresiones lineales entre dos variables. Enfoque de mínimos cuadrados.

TEMA 7. SERIE DE TIEMPO

Definición y representación gráfica. Componentes de series de tiempo. Variación estacional. Índices estacionales. Ajuste estacional.

TEMA 8. UN ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LA SERIE DEL TIEMPO

Números de índice. Números de índices complejos con y sin pesos. Índices de Paasche, Laspeyres y Fisher. Enlace y cambios de periodos de base. Deflación de series económicas.

Metodología

El curso tiene tres métodos de enseñanza y aprendizaje:

a) sesiones teóricas

Durante las conferencias, los conceptos se explicarán de forma teórica y se ejemplificarán con aplicaciones prácticas. Algunas sesiones requerirán la participación del estudiante para resolver problemas.

b) Sesiones de práctica.

Durante estas sesiones, los temas cubiertos en las sesiones teóricas se revisarán a través de ejercicios,

proyectos grupales y pruebas individuales que se realizarán a lo largo del curso. Se presentarán estudios de casos relacionados con el turismo y se analizarán variables específicas de esta industria. Los estudiantes recibirán orientación del instructor para llevar a cabo un proyecto que implica el uso de habilidades estadísticas y de computación. El software especializado se utilizará tanto como sea posible durante las sesiones.

c) autoaprendizaje

El Campus Virtual se utilizará como complemento y como un medio alternativo de comunicación entre los estudiantes y su instructor. Todo el material relevante del curso, ejemplos y ejercicios se adjuntarán aquí en línea.

Cada estudiante debe administrar su tiempo para estudiar y resolver los problemas propuestos, además de trabajar en un proyecto de investigación utilizando datos estadísticos en el sector del turismo que se presentarán al final del curso.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Resolución de casos	15	0,6	4, 5, 6, 7, 8
Sesiones teóricas	43	1,72	2, 4
Tipo: Supervisadas			
Tutoría	20	0,8	2, 4, 6
Tipo: Autónomas			
Estudio autónomo	23	0,92	2, 3, 4, 6, 7
Investigación	15	0,6	1, 2, 3, 4, 6, 8
Resolver ejercicios y problemas	26	1,04	2, 3, 4, 6, 7, 8

Evaluación

Los estudiantes pueden elegir entre una evaluación continua y acceso directo al examen final (una evaluación final única).

Evaluación continua

- a) Ejercicios individuales y grupales desarrollados a lo largo del trimestre. Esto representa el 20% de la nota final.
- b) Trabajo en grupo con una presentación pública en el aula que supondrá el 20% de la nota final.
- c) Dos pruebas individuales basadas en teoría y ejercicios, que valdrán el 60% de la nota final.

Para obtener la calificación final, se debe alcanzar un promedio de al menos 4 de cada 10 en cada parte que se evalúa.

Evaluación final única

Se examinará a los estudiantes sobre todos los temas que se enseñan en clase y el resultado de este examen contará para el 100% de la nota final.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Ejercicios individuales y en grupo	20%	0	0	1, 2, 3, 4, 6, 7, 8
Examen parcial 1	30%	2	0,08	2, 3, 4, 6, 7
Examen parcial 2	30%	2	0,08	2, 3, 4, 6, 7
Proyecto final y presentación	20%	4	0,16	1, 2, 3, 4, 5, 6, 8

Bibliografía

Buglear, J. (2010). *Stats means business- Statistics with Excel for business, hospitality & tourism* (2nd ed.). New York: Elsevier.

Davis, G., & Pecar, B. (2009). *Business Statistics using Excel* (2nd ed.). Oxford University Press.

Good, P. I., & Hardin, J. W. (2012). *Common errors in statistics (and how to avoid them)*. [Hoboken, N.J.]: John Wiley.

Newbold, P., Carlson, W. L., & Thorne, B. (2013). *Statistics for business and economics*. Harlow, Essex: Pearson Education.

Ross, S. M. (2010). *Introductory statistics*. Amsterdam [etc.]: Elsevier: Academic Press.

Rugg, G. (2007). *Using statistics: a gentle introduction*. Maidenhead: McGraw-Hill.

UNWTO (2010) *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*, Statistics and Tourism Satellite Account, World Tourism Organization, New York. [Disponible [online](#)]

UNWTO (2015) *Methodological Notes to the Tourism Statistics Database 2015*, World Tourism Organization, Madrid. [Disponible [online](#)]