

**FICHA IDENTIFICATIVA****Datos de la Asignatura**

Código	44927
Nombre	Inteligencia de negocios
Ciclo	Máster
Créditos ECTS	5.0
Curso académico	2023 - 2024

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
2069 - Máster Universitario en Gestión de Negocios Internacionales (iMBA)	Facultad de Economía	1	Primer cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Carácter
2069 - Máster Universitario en Gestión de Negocios Internacionales (iMBA)	14 - Inteligencia de negocios	Obligatoria

Coordinación

Nombre	Departamento
CURRAS PEREZ, RAFAEL MARTIN	43 - Comercialización e Investigación de Mercados

RESUMEN

Este módulo presenta al estudiante los conceptos fundamentales del área en crecimiento de la analítica empresarial en un contexto global. Explicará conceptos y técnicas vitales para comprender cómo el análisis descriptivo, predictivo y prescriptivo podría ayudar a optimizar las funciones comerciales y operativas en organizaciones del sector público y privado. Los estudiantes aprenderán a aplicar técnicas básicas de análisis de negocios, comunicarse con profesionales de análisis y utilizar e interpretar de manera efectiva los modelos analíticos para tomar mejores decisiones comerciales. Se utilizará software apropiado (por ejemplo, Excel, R) para apoyar el aprendizaje.

CONOCIMIENTOS PREVIOS



Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

COMPETENCIAS (RD 1393/2007) // RESULTADOS DEL APRENDIZAJE (RD 822/2021)

2069 - Máster Universitario en Gestión de Negocios Internacionales (iMBA)

- Que los/las estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- Conocer y evaluar distintas aproximaciones conceptuales y saber utilizar con destreza métodos, técnicas y herramientas en el contexto empresarial global.
- Ser capaz de identificar y analizar información compleja y con incertidumbre.
- Ser capaz de tomar decisiones en situaciones de complejidad internacional y valorar sus consecuencias.
- Identificar las fuentes de datos digitales y no digitales para su análisis.
- Desarrollar la capacidad de elección de variables de interés, análisis de datos y propuestas para la toma de decisiones mediante técnicas de minería de datos.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (RD 1393/2007) // SIN CONTENIDO (RD 822/2021)

Al final de este módulo, podrá:

1. Evaluar y recomendar enfoques de análisis empresarial para ayudar en el análisis empresarial y la toma de decisiones para el éxito mundial.
2. Estructurar los datos en información para respaldar la toma de decisiones.
3. Diseñar, construir y aplicar modelos para obtener soluciones y mejorar el desempeño empresarial.
4. Reflexione sobre los resultados de estos modelos y explore las implicaciones para resolver los desafíos comerciales en un contexto internacional.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS



1. Introducción a Business Analytics (definiciones, tipos de datos, fuentes de datos y gestión de datos)

2. Problem structuring, preparation and data mining

3. Análítica descriptiva: visualización y exploración de datos, estadística descriptiva.

4. Análisis predictivo: regresión, previsión, clasificación

5. Análisis prescriptivo: optimización, simulación

VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases de teoría	30,00	100
Prácticas en aula informática	20,00	100
TOTAL	50,00	

METODOLOGÍA DOCENTE

Clases magistrales sobre los temas clave, respaldadas por seminarios o talleres, que incluyen: seminarios introducidos por los estudiantes basados en la lectura previa, trabajo individual y en grupo sobre preguntas y estudios de casos y debates en clase. Los métodos de aprendizaje hacen especial hincapié en la participación, la interacción y el aprendizaje activo.

EVALUACIÓN

El logro de los resultados del aprendizaje se evaluará mediante un examen final en clase (50% de la nota final) y cuatro tareas individuales / en equipo durante el curso (50% de la nota final).

Para una repetición dentro del mismo año académico, se aplican las siguientes reglas:

una. Las calificaciones de las tareas aprobadas en la primera ronda se mantienen con el mismo valor para la segunda ronda.

B. El examen no aprobado se reevalúa en la segunda ronda.



REFERENCIAS

Básicas

- Albright, S.C. and Winston, W.L. (2015). Business Analytics: Data Analysis for Decision Making, Cengage Learning.
- Anderson, D., Sweeney, D., Williams, T. and Wisniewski, M. (2009). An Introduction to Management Science: Quantitative Approaches to Decision Making. Cengage Learning.
- Camm, J., Cochran, J., Fry, M., Ohlmann, J. and Anderson, D. (2018). Essentials of Business Analytics. Cengage Learning.
- Hillier, F. S., Liebermann, G. J., Bodhibrata, N. and Preetam, B. (2014). Introduction to Operations Research. McGraw Hill.
- James, G., Witten, D., Hastie, T. and Tibshirani, R. (2013). An introduction to statistical learning, Volume 112. New York: Springer.
- Pidd, M. (2003). Tools for Thinking. Wiley.
- Pochiraju, B. and Seshadri, S. (2019). Essentials of Business Analytics. An Introduction to the Methodology and its Applications. International Series in Operations Research & Management Science, Volume 264. New York: Springer.
- Powell, S.G. and Baker, K.R. (2016). Business Analytics: the art of modeling with spreadsheets. John Wiley & Sons, Inc.
- Provost, F. and Fawcett, T. (2013). Data Science for Business: What you need to know about data mining and data-analytic thinking. O'Reilly Media.
- Rosenhead, J. and Mingers, J. (2001). Rational Analysis for a Problematic World Revisited: Problem Structuring Methods for Complexity, Uncertainty and Conflict. Wiley.
- Saxena, R. and Srinivasan, A. (2013). Business Analytics. A Practitioners Guide. International Series in Operations Research & Management Science, Volume 186. New York: Springer.
- Shmueli, G., Bruce, P., Inbal, Y., Patel, N. R. and Lichtenberg Jr., K. C. (2017). Data Mining for Business Analytics (R Edition). Wiley.