

FICHA DE ASIGNATURA

Título: Business Intelligence (BI): Análisis, Diagnóstico y Toma de decisiones

Descripción: La inteligencia de negocios o business intelligence (BI) es el conjunto de procesos, aplicaciones y tecnologías que facilitan la obtención rápida y sencilla de datos provenientes de los sistemas de gestión empresarial para su análisis e interpretación, de manera que puedan ser aprovechados para la toma de decisiones y se conviertan en conocimiento para los responsables del negocio.

Carácter: Obligatoria

Créditos ECTS: 6 ECTS

Modalidad: Online

Temario:

- Correlaciones de datos siguiendo los principios éticos y deontológicos
- Softwares de Cuadros de mando
- Análisis de sentimiento y simulaciones de escenarios
- Integración de los sistemas de inteligencia y de extracción de información
- Selección e interpretación de herramientas de diagnóstico

Competencias:

CE03.- Integrar los sistemas de información de marketing y de los sistemas de inteligencia comercial

CE06.- Explotar las ventajas del uso de estrategias y técnicas de Social Media Marketing, Search Engine Marketing, Publicidad de Display en Internet y Marketing de Afiliación

CE07.- Evaluar los resultados de las campañas de marketing digital mediante tests de optimización

CE08.- Mejorar la reputación de la empresa y su comunicación con los diferentes grupos de interés por medio de las redes sociales

CE09.- Seleccionar las diferentes opciones tecnológicas vinculadas al desarrollo de la actividad propia del departamento de marketing.

CE10.- Seleccionar las diferentes opciones de comercializar los productos en base a las herramientas digitales disponibles en el mercado

CE11.- Extraer información del análisis de las métricas de control de rendimiento de las acciones de marketing digital

CE12.- Segmentar las campañas de marketing digitales orientadas al consumidor digital mediante plataformas y herramientas digitales adecuada.

CE13.- Identificar qué factores son los que más influyen en el comportamiento de compra los consumidores digitales

CE14: Aplicar los principios éticos y las responsabilidades legales del ejercicio profesional en un contexto de marketing digital y análisis de datos.

Actividades Formativas:

ACTIVIDAD	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases expositivas	12	0%
Clases prácticas	12	0%
Trabajo autónomo	82.5	0%
Tutorías	14	0%
Pruebas	2	100%

Metodologías docentes:

METODOLOGÍAS DOCENTES	
Lección magistral participativa	El estudiante interviene, complementando o dando <i>feedback</i> a la exposición del profesor.
Estudio de casos / Resolución de problemas	El estudiante resuelve cuestiones que se plantean y que tienen como base una situación concreta planteada por el profesor.
Trabajo Cooperativo	El trabajo en grupo se convierte en la herramienta para trabajar en grupos de discusión, grupos focales, debates, coloquios o foros.
Seguimiento	El profesor realiza tareas de orientación y seguimiento al alumnado
Revisión bibliográfica	El estudiante resuelve cuestiones que se plantean y que tienen como base una situación concreta planteada por el profesor.

Diseño de proyectos	Se realizan propuestas de intervención específica en el marco de la asignatura.
---------------------	---------------------------------------------------------------------------------

Sistema de Evaluación:

SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Evaluación del Portafolio	40	60
Evaluación de la prueba	40	60