

<b>Destinatario:</b>	Servicio de Ordenación Académica	
<b>Denominación del Módulo (o Materia/Asignatura)</b>	<b>Carácter</b>	
<b>Módulo: BUSINESS INTELLIGENCE</b> <b>Asignatura:</b> Toma de decisiones económicas basadas en datos	<input checked="" type="checkbox"/> Obligatorio <input type="checkbox"/> Optativo	
<b>Responsable del Módulo (o Materia/Asignatura) (nombre, filiación y datos de contacto profesional)</b>		
<b>Responsable del módulo:</b>  Dra. Mónica Carmona. Profesora Titular de Universidad. Departamento de Dirección y Administración de Empresas. Universidad de Huelva.		
<b>Responsable de la asignatura:</b>  Dra. Mónica Carmona. Profesora Titular de Universidad. Departamento de Dirección y Administración de Empresas. Universidad de Huelva.		
<b>Duración y fecha inicial y final de realización</b>	2/11/2022 a 15/11/2022	
<b>Requisitos previos (en su caso)</b>		
<b>Modalidad de enseñanza</b>		
<input type="checkbox"/> Presencial	<input type="checkbox"/> Semipresencial	<input checked="" type="checkbox"/> Virtual
<b>Objetivos, competencias y resultado del aprendizaje</b>		
<b>Objetivos</b> La asignatura constituye la primera aproximación al fenómeno de la gobernanza en base a datos. Se trata de contextualizar las estrategias de Business Intelligence, o inteligencia empresarial, en el marco de los sistemas de apoyo a la decisión incidiendo en cómo la creciente disponibilidad de datos y su uso integral permite avanzar progresivamente en los sistemas ERP, contribuyendo a una mejor y más rápida toma de decisiones estratégicas de la empresa, que acaba de constituirse como un pilar esencial de la estrategia competitiva de la empresa. La asignatura se complementa de forma específica, con formación para la toma de decisiones en el área de Marketing.		
<b>Competencias:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Básicas: CB4</li> <li>• Transversales: CT1-CT5</li> <li>• Específicas: CE1; CE3-CE5</li> </ul>		
<b>Resultados del aprendizaje:</b>  Reconocer las alternativas, instrumentos, tecnologías y modelos aplicables para ayudar a la toma de decisiones – Entender como los sistemas de Business Intelligence se diseñan y construyen – Conocer las reglas y principios éticos en el uso de datos personales y <i>Big Data</i> .  Comparar el aporte de valor de los diferentes canales de comunicación <i>online</i> y <i>offline</i> e interacción con los clientes, para una estrategia de gestión omnicanal.		
<b>Contenidos y bibliografía</b>		
El valor de los datos en la toma de decisiones económicas Función empresarial e incertidumbre La organización empresarial y la Dirección estratégica		

<sup>1</sup> Deberá cumplimentarse una Guía por cada módulo (o materia/asignatura, en el caso de que el programa de estudios no esté estructurado en módulos).

Cuadro de mando  
 Toma de decisiones basada en datos  
 Herramientas de almacenamiento y tratamiento de la información  
 Data warehouse  
 Nuevos perfiles profesionales en las corporaciones data-driven: los profesionales del big data  
 Aspectos éticos y regulatorios  
 Marketing estratégico y Marketing Digital  
 Segmentación y posicionamiento  
 Sistema de información y análisis del cliente  
 Métricas y métodos de análisis  
 Marketing relacional y CMR  
 Aplicaciones al marketing Cuantitativo  
 Economía Cuantitativa y Computacional

### Bibliografía

Aaker, D. A., Kumar, V. y Day, G. S. (2003). *Investigación de mercados*. México: Limusa, Weley.

Aguilar, L. J. (2020). *Inteligencia de negocios y analítica de datos*. Marcombo.

Armstrong, G. y Kotler, P. (2018). *Principios de marketing*. Madrid: Pearson Educación.

Churchill, G. A. JR. (2003). *Investigación de mercados*. México: Thompson.

Franses, P. H. y Paap, R. (2001). *Quantitative models in marketing research*. Cambridge University Press.

González Ferran, X., Rodríguez Bermúdez, J. R., & Guitart Hormigo, I. (2016). *¿ Cómo planificar un proyecto de inteligencia de negocio?*. Editorial UOC.

Joyanes, I. (2019). *Inteligencia de negocios y analítica de datos*. Ed. Alfaomega.

Laudon, K. C, y Laudon, J. P. (2012). *Sistemas de información gerencial*. Pearson.

Luque, T. (2017). *Investigación de marketing 3.0*. Barcelona: Pirámide.

Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de mercados. Un enfoque aplicado*. México: Pearson Education.

Vercellis, C. (2009). *Business Intelligence. Data Mining and Optimization for decision Making*. Wiley.

### Número de créditos ECTS

- Créditos teóricos: 2
- Créditos prácticos: 1

ACTIVIDADES FORMATIVAS	DEDICACIÓN (horas)	TIPO DE ENSEÑANZA
(AD1) Lectura de materiales	30	No presencial
(AD2) Prácticas	15	No presencial
(AD3) Cuestionarios de autoevaluación	2,5	No presencial
(AD4) Participación (visionado) en clases en directo, seminarios, chats	4	No presencial
(AD5) Búsquedas de contenidos	1	No presencial
(AD6) Tutorías personalizadas	1,5	No presencial
(AD7) Estudio y preparación de exámenes	20	No presencial
(AD8) Evaluación	1	No presencial
<b>Total</b>	<b>75 horas</b>	

### Cronograma de desarrollo docente

Módulo	Materia/ Asignatura	Profesor	Nº de ECT S pres	Nº de ECTS virtuales	Fecha inicio	Fecha final	Horarios
--------	------------------------	----------	---------------------------	----------------------------	-----------------	----------------	----------

<sup>1</sup> Deberá cumplimentarse una Guía por cada módulo (o materia/asignatura, en el caso de que el programa de estudios no esté estructurado en módulos).

			<b>encia les</b>																
BUSINESS INTELLIGENCE	BUSINESS INTELLIGENCE	MÓNICA CARMONA		2	2/11/21	15/11/21	TBA												
<b>Sistema de evaluación</b>																			
<table border="1"> <thead> <tr> <th>TIPO DE EVALUACIÓN</th> <th>PONDERACIÓN MÁXIMA</th> <th>PONDERACIÓN MÍNIMA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>CUESTIONARIOS</td> <td>50%</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>RESOLUCIÓN PRÁCTICAS</td> <td>50%</td> <td>45%</td> </tr> <tr> <td>PARTICIPACIÓN EN ACTIVIDADES INTERACTIVAS</td> <td>5%</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>								TIPO DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÁXIMA	PONDERACIÓN MÍNIMA	CUESTIONARIOS	50%	50%	RESOLUCIÓN PRÁCTICAS	50%	45%	PARTICIPACIÓN EN ACTIVIDADES INTERACTIVAS	5%	0%
TIPO DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÁXIMA	PONDERACIÓN MÍNIMA																	
CUESTIONARIOS	50%	50%																	
RESOLUCIÓN PRÁCTICAS	50%	45%																	
PARTICIPACIÓN EN ACTIVIDADES INTERACTIVAS	5%	0%																	
<b>Observaciones</b>																			
<p>En _____, a 31 de enero de 2022.</p> <p>Fdo.:</p>																			

Conforme a lo dispuesto en la legislación vigente en materia de protección de datos de carácter personal (Reglamento (UE) 2016/679, de 27 de abril) le informamos que los datos personales que nos ha facilitado pasarán a ser tratados por la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCÍA como responsable del tratamiento, siendo órgano competente en la materia la Dirección del Área de Gestión Académica (Monasterio Santa María de las Cuevas, C/ Américo Vespucio nº2. Isla de La Cartuja. 41092 Sevilla) ante quien Ud. puede ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, limitación, oposición o portabilidad señalando concretamente la causa de su solicitud y acompañando copia de su documento acreditativo de identidad. La solicitud podrá hacerse mediante escrito en formato papel o por medios electrónicos.

Caso de no obtener contestación o ver desestimada su solicitud puede dirigirse al Delegado de Protección de Datos de la Universidad ([rqpd@unia.es](mailto:rqpd@unia.es); Tfno. 954462299) o en reclamación a la Agencia Española de Protección de Datos a través de los formularios que esa entidad tiene habilitados al efecto y que son accesibles desde su página web: <https://sedeagpd.gob.es>.

Como responsable, la Universidad le informa que exclusivamente tratará los datos personales que Ud. le facilite para dar cumplimiento a los siguientes fines:

a) Gestión académica y administrativa de:

- Participación en procesos de acceso y admisión a las enseñanzas oficiales (Grado, Máster y Doctorado) o de formación Continua de la Universidad Internacional de Andalucía.
- Inscripción y/o matrícula como alumno en cualquiera de las titulaciones oficiales (Grado, Máster y Doctorado), Formación Continua u otras actividades académicas ofrecidas por la Universidad Internacional de Andalucía.
- Participación en convocatorias de becas y ayudas al estudio de la Universidad Internacional de Andalucía, la Admón. General del Estado o la de las Comunidades Autónomas y de otras entidades públicas o privadas.
- Participación en convocatorias de programas de movilidad de carácter nacional o internacional.
- Obtención y expedición de títulos oficiales, títulos propios y otros títulos académicos.

b) Gestión de su participación como estudiante en prácticas y actividades formativas nacionales o internacionales en instituciones, empresas, organismos o en otros centros.

c) Utilización de servicios universitarios como obtención del carné universitario, bibliotecas, actividades deportivas u otros.

La Universidad se encuentra legitimada para tratar estos datos al ser necesarios para la ejecución de la relación jurídica establecida entre Ud. y la Universidad y para que ésta pueda cumplir con sus obligaciones legales establecidas en la Ley Orgánica 6/2001, de Universidades.

Usted responde de la veracidad de los datos personales que ha proporcionado a la Universidad y de su actualización.

La Universidad comunicará los datos personales que sean indispensables, y nunca en otro caso, a las siguientes categorías de destinatarios:

- A otras Administraciones y organismos públicos para el ejercicio de las competencias que les sean propias y compatibles con las finalidades arriba enunciadas (Así -a modo enunciativo y no limitativo- a Ministerios con competencias en educación y ciencia, a otras administraciones, a otras Universidades o Centros formativos equivalentes para la gestión de traslados, a empresas para la realización de prácticas).
- A entidades bancarias para la gestión de pagos y cobros.
- A organismos públicos o privados en virtud de la celebración de convenios de colaboración o contratos, conforme a lo dispuesto en la legislación vigente en materia de Protección de Datos.
- A los servicios de la propia Universidad que sean adecuados para gestionar la utilización de los servicios universitarios ofertados.

Sus datos de carácter personal se tratarán y conservarán por la Universidad conforme a la legislación vigente en materia de protección de datos, pasando luego a formar parte -previo expurgo- del Archivo Histórico Universitario conforme a lo dispuesto en la legislación sobre Patrimonio Histórico.

La Universidad sólo prevé la transferencia de datos a terceros países en el caso de su participación como alumno en alguno de los programas de formación o becas de carácter internacional. La transferencia se realizará siguiendo las directrices establecidas al respecto por el Reglamento Europeo de Protección de Datos y normativa de desarrollo.

El Servicio de Protección de Datos de la Universidad Internacional de Andalucía cuenta con una página en la que incluye legislación, información y modelos en relación con la Protección de Datos Personales a la que puede acceder desde el siguiente enlace: <https://www.unia.es/protecciondatos>.

<sup>1</sup> Deberá cumplimentarse una Guía por cada módulo (o materia/asignatura, en el caso de que el programa de estudios no esté estructurado en módulos).