



UNAM

UNIVERSIDAD DEL
ATLÁNTICO MEDIO

Guía Docente

Business Intelligence & Business Analytics

Título Universitario Superior en Marketing y

Negocios Digitales

MODALIDAD PRESENCIAL

Curso Académico | 2024-2025 |

Índice

RESUMEN

DATOS DEL PROFESORADO

REQUISITOS PREVIOS

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

ACTIVIDADES FORMATIVAS

EVALUACIÓN

BIBLIOGRAFÍA

RESUMEN

Centro	Universidad del Atlántico Medio
Titulación	Título Universitario Superior en Marketing y Negocios Digitales
Asignatura	Business Intelligence & Business Analytics
Carácter	Formación Obligatoria
Curso	4º
Semestre	1
Créditos ECTS	3
Lengua de impartición	Castellano
Curso académico	2024-2025

DATOS DEL PROFESORADO

Responsable de Asignatura	Anecto Falcón Cabrera
Correo Electrónico	anecto.falcon@pdi.atlanticomedio.es
Tutorías	De lunes a viernes bajo cita previa

REQUISITOS PREVIOS

Sin requisitos previos.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Competencias:

Cuando el estudiante supere esta asignatura será capaz de:

- Comprender los conceptos usados habitualmente relativos al uso de datos masivos y la ciencia de datos.
- Capacidad para aplicar conocimientos de ciencia de datos con el objetivo de resolver problemas relacionados con la toma de decisiones en entornos de negocio.
- Concebir estrategias para convertir los datos en un valor empresarial.
- Entender el ciclo de vida de un proyecto de ciencia de datos.
- Evaluar las diferentes herramientas y soluciones tecnológicas necesarias para un proyecto de ciencia de datos.
- Entender las principales cuestiones éticas derivadas del uso masivo de datos y su explotación.
- Aplicar adecuadamente los diferentes enfoques analíticos según el tipo de problemas.
- Discernir entre el aprendizaje supervisado y no supervisado.
- Describir los diferentes tipos de datos y su utilidad en diferentes casos de uso.
- Desarrollar habilidades básicas para el tratamiento de datos.
- Realizar modelos simples de aprendizaje automático.
- Presentar los resultados obtenidos del análisis de los datos de manera eficiente y atractiva.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

Los contenidos de la asignatura se desarrollarán por medio del siguiente programa:

Tema 1. Fundamentos de Business Intelligence (BI).

- 1.1 Introducción a Business Intelligence (BI)
- 1.2 Arquitectura BI
- 1.3 Visualización de datos
- 1.4 Herramientas y tecnología BI
- 1.5 Uso estratégico de BI en la empresa

Tema 2. Fundamentos de Business Analytics (BA).

- 2.1 Conceptos y beneficios de Business Analytics (BA)
- 2.2 Tipos de análisis

2.3 Aplicaciones de BA en la estrategia empresarial

2.4 Casos de éxito y mejores prácticas

Tema 3. Integración de BI y BA en la estrategia corporativa.

3.1 Desarrollo de una estrategia de datos

3.2 Gestión de proyectos de BI y BA

3.3 Desafíos y consideraciones estratégicas

3.4 Futuro de BI y BA en los negocios

Tema 4. Proyecto integrado y aplicaciones prácticas.

4.1 Desarrollo de un proyecto estratégico

4.2 Presentación y evaluación del proyecto

4.3 Reflexión sobre el impacto empresarial

CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

Tema 1.

Semanas 1-3.

Tema 2.

Semanas 4-5.

Tema 3.

Semanas 6-7.

Tema 4.

Semanas 8.

Nota: La distribución expuesta tiene un carácter general y orientativo, ajustándose a las características y circunstancias de cada curso académico y grupo clase.

METODOLOGÍA |

- Enseñanza expositiva y demostrativa de los contenidos esenciales que requieren explicaciones detalladas.
- Desarrollo de actividades dirigidas a la aplicación de conocimientos y a la contextualización del aprendizaje teórico por medio de supuestos prácticos que

favorezcan la autonomía y el pensamiento crítico de los estudiantes, así como el fomento de otras habilidades de comunicación y resolución de problemas en equipo.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS
Lecciones expositivas y demostrativas	16 horas
Actividades prácticas	12 horas
Tutorías	3 horas
Trabajo autónomo	35 horas

Las actividades formativas tienen un porcentaje de presencialidad del 100% exceptuando el trabajo autónomo del alumno.

EVALUACIÓN

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE CALIFICACIÓN FINAL
Pruebas de evaluación teórico-prácticas	40%
Resolución de casos o problemas, individual o grupalmente	50%
Asistencia y participación activa	10%

Sistemas de evaluación

El sistema de calificaciones (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) será:

0 – 4,9 Suspenso (SS)

5,0 – 6,9 Aprobado (AP)

7,0 – 8,9 Notable (NT)

9,0 – 10 Sobresaliente (SB)

La mención de “matrícula de honor” podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Se podrá conceder una matrícula por cada 20 alumnos o fracción.

Criterios de Calificación

Se aplicará el sistema de evaluación continua, donde se valorará de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante, mediante los criterios de evaluación indicados, siempre que, el alumno haya asistido, como mínimo, **al 80% de las clases.**

En el caso de que los alumnos asistan a clase en un porcentaje inferior al 80%, el alumno no podrá presentarse a la convocatoria ordinaria.

Si el alumno no se presenta al examen en convocatoria oficial, figurará como “No Presentado” en actas.

Si el alumno no aprueba el examen de la asignatura, en actas aparecerá el porcentaje correspondiente a la calificación obtenida en la prueba.

Examen final teórico-práctico que podrá constar de la realización de test, resolución de problemas o casos prácticos: 40% de la nota final.

Resolución de pruebas intermedias y de los ejercicios propuestos en cada bloque de la asignatura: 50% de la nota final.

Participación activa: 10%

Para obtener la calificación final, sumando los criterios anteriores, es necesario haber obtenido un mínimo de cinco puntos sobre diez en la realización del examen final. |

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Data Strategy: Cómo beneficiarse de un mundo de Big Data, Analytics e internet de las cosas. Bernard Marr.
- Data Science for Business: What You Need to Know about Data Mining and Data-Analytic Thinking. Foster Provost y Tom Fawcett. Capítulos 1 y 2.

Complementaria

- Big Data para CEOs y Directores de Marketing: Como dominar Big Data Analytics en 5 semanas para directivos. Isaac González Díaz.
- Data Strategy: How to Profit from a World of Big Data, Analytics and Artificial Intelligence. 2nd edition. Bernard Marr. (Nota: se publica el 3 de octubre de 2021 y contiene diferencias reseñables con respecto a la primera edición).
- Kaggle: Your Machine Learning and Data Science Community. <https://www.kaggle.com/>
- Tableau Public. <https://public.tableau.com/es-es/s/resources>
- Towards Data Science. A Medium publication sharing concepts, ideas and codes. <https://towardsdatascience.com/>
- Cassie Kozyrkov – Medium. <https://kozyrkov.medium.com/>
- Dot CSV - Aprende Inteligencia Artificial – YouTube. <https://www.youtube.com/c/DotCSV>
-