

**FITXA IDENTIFICATIVA****DADES DE L'ASSIGNATURA**

**Codi:** 44480  
**Nom:** Anàlisi de dades per a la presa de decisions  
**Cicle:** Màster Universitari Oficial  
**Crèdits ECTS:** 3  
**Curs acadèmic:** 2026-27

**TITULACIONS**

Titulació	Centre	Curs	Període
2212 - Màster Universitari en Direcció d'Empreses. MBA	Facultat d'Economia	1	Segon quadrimestre

**MATÈRIES**

Titulació	Matèria	Caràcter
2212 - Màster Universitari en Direcció d'Empreses. MBA	Mètodes quantitius per a la presa de decisions	OBLIGATÒRIA

**COORDINACIÓ****RESUM**

L'objectiu és dotar l'estudiant d'un conjunt d'eines d'anàlisi que constitueixin un suport bàsic, de manera que li permeten contrastar les hipòtesis o supòsits que plantegen. L'objectiu d'aquest mòdul és desenvolupar les tècniques estadístiques i saber escollir la més adequada per a cada problema concret. El desenvolupament de les classes seguirà el següent esquema:

-Plantejament del problema que es vol estudiar.

-Recollida de la informació i tractament de les dades.

- Aplicació de la tècnica més adequada per resoldre el problema plantejat, utilitzant el programari més apropiat per a això.

- Interpretació dels resultats obtinguts.

- Presentació de la informació.

resentació de la informació.



## CONEXIMENTS PREVIS

### RELACIÓ AMB ALTRES ASSIGNATURES DE LA MATEIXA TITULACIÓ

No s'ha especificat restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

### ALTRES TIPUS DE REQUISITS

Lestudiant/a que provinga de titulacions sense matèries instrumentals de tipus quantitatiu o amb una experiència professional que no incloga aquestes qüestions, per poder assolir els resultats d'aprenentatge, ha de cobrir uns complements de formació, que en el cas d'aquesta assignatura comprèn aspectes de les tècniques quantitatives

Aquesta formació s'obté mitjançant el treball autònom de l'estudiant/a, guiat, si cal, mitjançant tutories realitzades pel professorat de l'assignatura Anàlisi de dades per a

## COMPETÈNCIES / RESULTATS D' APRENENTATGE

### 2212 - Màster Universitari en Direcció d' Empreses. MBA

Actuar en la presa de decisions de l'empresa en el marc dels Drets Humans, els principis democràtics, els principis d'igualtat entre dones i hòmens, de solidaritat, de protecció mediambiental, d'accessibilitat universal i disseny per a tots, i de foment de la cultura de la pau.

Analitzar, sintetitzar i valorar informació, de forma rigorosa i crítica, amb capacitat per a identificar asuncions, avaluar evidències, detectar lògiques o raonaments falsos, identificar valors implícits, i generalitzar de manera apropiada sobre problemes i situacions relacionades amb el món empresarial.

Analitzar distints mètodes quantitius que permeten resoldre problemes en situacions d'incertesa i precisar les estratègies a fi de millorar el rendiment global de l'empresa i anticipar-se als competidors.

Analitzar i valorar les àrees funcionals de l'empresa amb l'objectiu d'obtenir un coneixement de les seues fortaleses i debilitats actuals i potencials com a suport a la presa de decisions.

Buscar, seleccionar i valorar informació emanada dels distints agents de l'entorn, a través de mètodes tradicionals i de les tecnologies de la informació i de la comunicació per a utilitzar-la de forma efectiva davant de problemes i situacions relacionades amb l'activitat empresarial.

Integrar les distintes àrees funcionals de l'empresa (màrqueting, financera, recursos humans, operacions) de manera sinèrgica.

Posseir i comprendre coneixements que aportin una base o oportunitat de ser originals en el desenvolupament i / o aplicació d'idees, sovint en un context de recerca.

Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements adquirits i la seua capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seua àrea d'estudi.

Que els estudiants sàpiguen comunicar les conclusions (i els coneixements i les raons últimes que les sustenten) a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats.

Que els estudiants siguen capaços d'integrar coneixements i afrontar la complexitat de formular judicis a



partir d'una informació que, sent incompleta o limitada, incloga reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis.

## DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

### 1. Anàlisi de dades

1. Formulació estadística de problemes empresarials.
2. Anàlisi exploratòria de dades.
3. Visualització de dades.
4. Presentació, comunicació dels resultats i elaboració d'informes a partir de la informació de l'empresa.

### 2. Proves d'hipòtesis per a la presa de decisions

Aprofundiment en les tècniques d'inferència estadística necessàries per a analitzar els resultats dels subgrups poblacionals.

### 3. Tècniques de segmentació

- 3.1. Tècniques descriptives
- 3.2. Tècniques predictives

### 4. Introducció a les tècniques de classificació en anàlisi de dades

Descripció dels processos d'aplicació de tècniques d'anàlisi de classificació per a la presa de decisions

## VOLUM DE TREBALL (HORES)

### ACTIVITATS PRESENCIALS

Activitat	Hores
Tutories	6,00
Aula informàtica	24,00
<b>Total hores</b>	<b>30,00</b>

### ACTIVITATS NO PRESENCIALS

Activitat	Hores
Assistència a altres activitats	0,00
Elaboració de treballs individuals o en grup	10,00
Estudi i treball autònom	0,00



Preparació de classes	25,00
Preparació d'activitats d'avaluació	5,00
Resolució de casos pràctics	5,00
<b>Total hores</b>	<b>45,00</b>

## METODOLOGIA DOCENT

La metodologia docent consisteix en classes presencials en què el/la professor/a exposa les característiques de cadascun dels models per estudiar i les seues propietats estadístiques. Mitjançant un cas pràctic s'explica com s'implementen aquests models al programa informàtic utilitzat i, a partir de l'eixida d'ordinador, es comenta com s'interpreten els resultats i quines decisions caldria prendre.

Després de l'explicació de cada model es plantegen diversos casos pràctics per ser resolts amb ajuda del professor o la professora; uns altres perquè l'estudiant/a els faça a casa ser i resodre'ls en la classe següent; i finalment es proposen casos més complexos perquè els resolguen els estudiants en grup.

## AVALUACIÓ

En el procés d'avaluació es tindran en compte la participació activa dels estudiants en les classes, les seues intervencions en les sessions pràctiques i els treballs presentats tant individualment com en grup. Aquesta part de l'avaluació serà com a mínim del 30% de la nota final. Cas de ser necessària la realització d'una prova objectiva (examen escrit), la nota d'aquesta no podrà superar el 70% de la nota final. Per a aprovar l'assignatura serà necessari tenir una nota igual o superior a 5 en cadascuna de les parts. La nota de l'avaluació contínua també serà tinguda en compte en la segona convocatòria. L'estudiant té dret a poder superar l'assignatura en segona convocatòria mitjançant la realització d'un examen en el qual se li avalue de totes les activitats d'avaluació contínua recuperables i a mantenir la nota d'aquelles no recuperables.

enir la nota d'aquelles no recuperables.

## BIBLIOGRAFIA

- Casas, J.M. (2011). Estadística II: Inferencia Estadística. Editorial Universitaria Ramón Areces. Madrid.
- Lévy, J.P.; Varela, J. (2003). Análisis multivariable para las ciencias sociales. Pearson-Prentice Hall. Madrid.
- Hair, J.F.; Anderson, R.; Tatham, R.L.; Black, W.C. (1999). Análisis Multivariante. Prentice Hall. Madrid.
- Hair, J.F., Ortinau, D.J. y Harrison, D.E. (2021). Principios de Investigación de Mercados (quinta edición), McGraw-Hill, Mexico.
- Rosendo Rios, V. (2018). Investigación de Mercados. Aplicación al marketing estratégico y empresarial. Esic. Madrid.
- Uriel, E.; Aldás, J. (2005). Análisis multivariante aplicado: aplicaciones al marketing, investigación de mercados, economía, dirección de empresas y Turismo. Thomson. Madrid