

**FICHA IDENTIFICATIVA****DATOS DE LA ASIGNATURA****Código:** 44927**Nombre:** Inteligencia de negocios**Ciclo:** Máster Universitario Oficial**Créditos ECTS:** 5**Curso académico:** 2026-27**TITULACIONES**

Titulación	Centro	Curso	Periodo
2069 - Máster Universitario en Gestión de Negocios Internacionales (iMBA)	Facultat d'Economia	1	Primer cuatrimestre

MATERIAS

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

COORDINACIÓN

CURRAS PEREZ RAFAEL MARTIN

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.

el, 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 / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

Conocer y evaluar distintas aproximaciones conceptuales y saber utilizar con destreza métodos, técnicas y herramientas en el contexto empresarial global.

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.

Identificar las fuentes de datos digitales y no digitales para su análisis.

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.

Saber 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.

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.

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. Analítica descriptiva: visualización y exploración de datos, estadística descriptiva.

4. Análisis predictivo: regresión, previsión, clasificación



5. Análisis prescriptivo: optimización, simulación

VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)

ACTIVIDADES PRESENCIALES

Actividad	Horas
Tutorías	12,00
Teoría	18,00
Prácticas en aula	20,00
Total horas	50,00

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Actividad	Horas
Asistencia a otras actividades	0,00
Elaboración de trabajos individuales o en grupo	0,00
Estudio y trabajo autónomo	0,00
Preparación de clases	0,00
Preparación de actividades de evaluación	0,00
Resolución de casos prácticos	0,00
Total horas	0,00

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.

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.

gunda ronda.

BIBLIOGRAFÍA



- 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.