

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

Codi: 44927
Nom: Intel·ligència de negocis
Cicle: Màster Universitari Oficial
Crèdits ECTS: 5
Curs acadèmic: 2025-26

TITULACIONS

Titulació	Centre	Curs	Període
2069 - M.U.Gest.Neg.Int.	Facultat d'Economia	1	Primer quadrimestre

MATÈRIES

Titulació	Matèria	Caràcter
2069 - M.U.Gest.Neg.Int.	Intel·ligència de negocis	OBLIGATÒRIA

COORDINACIÓ

CURRAS PEREZ RAFAEL MARTIN

RESUM

Aquest mòdul presenta a l'estudiant els conceptes fonamentals de l'àrea en creixement de l'anàlisi empresarial en un context global. Explicarà conceptes i tècniques vitals per a comprendre com l'anàlisi descriptiva, predictiu i prescriptiu podria ajudar a optimitzar les funcions comercials i operatives en organitzacions del sector públic i privat. Els estudiants aprendran a aplicar tècniques bàsiques d'anàlisi de negocis, comunicar-se amb professionals d'anàlisi i utilitzar i interpretar de manera efectiva els models analítics per a prendre millors decisions comercials. S'utilitzarà programari apropiat (per exemple, Excel, R) per a donar suport a l'aprenentatge.

r suport a l'aprenentatge.

CONEIXEMENTS 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



COMPETÈNCIES / RESULTATS D' APRENTATGE

2069 - M.U.Gest.Neg.Int.

Conèixer i avaluar distintes aproximacions conceptuals i saber utilitzar amb destresa mètodes, tècniques i ferramentes en el context empresarial global.

Desenvolupar la capacitat d'elecció de variables d'interès, anàlisi de dades i propostes per a la presa de decisions mitjançant tècniques de mineria de dades.

Identificar les fonts de dades digitals i no digitals per a la seva anàlisi.

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.

Ser capaç d'identificar i analitzar informació complexa i amb incertesa.

Ser capaç de prendre decisions en situacions de complexitat internacional i valorar les seues conseqüències.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. Introducció a Business Analytics (definicions, tipus de dades, fonts de dades i gestió de dades)

2. estructuració problema, la preparació i la mineria de dades

3. Anàlisi descriptiva: visualització i exploració de dades, estadística descriptiva.

4. Anàlisi predictiva: regressió, previsió, classificació

5. Anàlisi prescriptiva: optimització, simulació

**VOLUM DE TREBALL (HORES)****ACTIVITATS PRESENCIALS**

Activitat	Hores
Tutories	12,00
Teoria	18,00
Pràctiques a l'aula	20,00
Total hores	50,00

ACTIVITATS NO PRESENCIALS

Activitat	Hores
Assistència a altres activitats	0,00
Elaboració de treballs individuals o en grup	0,00
Estudi i treball autònom	0,00
Preparació de classes	0,00
Preparació d'activitats d'avaluació	0,00
Resolució de casos pràctics	0,00
Total hores	0,00

METODOLOGIA DOCENT

Classes magistrals sobre els temes clau, recolzades per seminaris o tallers, que inclouen: seminaris introduïts pels estudiants basats en la lectura prèvia, treball individual i en grup sobre preguntes i estudis de casos i debats en classe. Els mètodes d'aprenentatge posen l'accent principalment en la participació, la interacció i l'aprenentatge actiu.

e actiu.

AVALUACIÓ

L'assoliment dels resultats de l'aprenentatge s'avaluarà mitjançant un examen final en classe (50% de la nota final) i quatre tasques individuals / en equip durant el curs (50% de la nota final).

Per a una repetició dins del mateix any acadèmic, s'apliquen les següents regles:

una. Les qualificacions de les tasques aprovades en la primera ronda es mantenen amb el mateix valor per a la segona ronda.

B. L'examen no aprovat es reavalua en la segona ronda.

ona ronda.

BIBLIOGRAFIA

- 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.