

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Módulo 1: Estrategia de empresa
Titulación	MÁSTER UNIVERSITARIO EN ANÁLISIS DE GRANDES CANTIDADES DE DATOS-MBI / BIG DATA ANALYTICS-MBI
Escuela/ Facultad	ESCUELA DE ARQUITECTURA, INGENIERÍA Y DISEÑO
Curso	1
ECTS	6
Carácter	OBLIGATORIO
Idioma/s	ESPAÑOL
Modalidad	ONLINE / PRESENCIAL
Semestre	1
Curso académico	20/21
Docente coordinador	Enrique Puertas (Presencial) / José Javier Ruiz (Online)

2. PRESENTACIÓN

Estrategia de Empresa es un módulo obligatorio de 6 créditos ECTS dentro del Máster Universitario en Big Data Analytics - MBI.

El desarrollo profesional de un especialista en Big Data Analytics necesitará de conocimientos de estrategia de empresa y marketing para poder tener éxito en el desempeño de la profesión. En general, el profesional se integrará en equipos multidisciplinares con el fin de desarrollar productos, servicios y nuevas herramientas dentro de su empresa, donde aportará su conocimiento tecnológico en Big Data y Data Analytics con el fin de convertirlo en una fuente de ingreso económico o mecanismo de eficiencia para la empresa, es decir, una fuente de rentabilidad.

En esta asignatura el alumno podrá obtener los conocimientos básicos en estrategia de empresa y marketing para entender los objetivos del negocio buscado, su impacto financiero, y maximizar el entendimiento y colaboración con el resto del equipo multidisciplinar, donde se podrán encontrar perfiles financieros, estratégicos y de marketing.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Las competencias que se alcanzarán en este módulo son las siguientes:

- CB1: 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
- CB3: Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones

sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

- CT4: Capacidad de análisis y síntesis: ser capaz de descomponer situaciones complejas en sus partes constituyentes; también evaluar otras alternativas y perspectivas para encontrar soluciones óptimas. La síntesis busca reducir la complejidad con el fin de entenderla mejor y/o resolver problemas.
- CT6: Comunicación oral/ comunicación escrita: capacidad para transmitir y recibir datos, ideas, opiniones y actitudes para lograr comprensión y acción, siendo oral la que se realiza mediante palabras y gestos y, escrita, mediante la escritura y/o los apoyos gráficos.
- CT8: Iniciativa y espíritu emprendedor: Capacidad para acometer con resolución acciones dificultosas o azarosas. Capacidad para anticipar problemas, proponer mejoras y perseverar en su consecución. Preferencia por asumir y llevar a cabo actividades.
- CT12: Innovación-Creatividad: Capacidad para proponer y elaborar soluciones nuevas y originales que añaden valor a problemas planteados, incluso de ámbitos diferentes al propio del problema.
- CT14: Trabajo en equipo: Capacidad para integrarse y colaborar de forma activa con otras personas, áreas y/u organizaciones para la consecución de objetivos comunes
- CE1. Capacidad para conocer e identificar los agentes del mercado, empresas y tecnologías que participan en el sector del análisis de grandes volúmenes de datos en infraestructuras distribuidas.
- CE8. Capacidad para analizar, diseñar e integrar tecnologías y modelos de negocio en contextos multidisciplinares como son la geo-localización, recomendadores on-line, sistemas de pujas en tiempo real, etc.
- CE12. Capacidad para participar en una red de conocimiento y negocio entre empresarios, ingenieros y demás agentes participantes en el desarrollo de negocio a partir de la monetización de los datos en el área TIC y su conjunción con los diferentes sectores de aplicación (banca, salud, comunicaciones, gobierno, etc.)
- CE15. Capacidad para identificar y aplicar las nuevas tendencias en la administración de empresas: capacidad de liderazgo, detección de oportunidades de negocio en el campo de nuevas tecnologías, inteligencia de negocio y marketing, y gestión de la innovación y desarrollo (I+D+I).
- CE16. Capacidad para definir y aplicar un proceso de dirección estratégica referente al uso de los datos tanto internos como externos para optimizar los procesos internos o generar mejoras competenciales con respecto a otras empresas del mismo sector.

Los resultados de aprendizaje que se alcanzarán en este módulo son:

- RA1: Definir y redactar un plan estratégico y táctico de marketing orientado al lanzamiento de nuevos productos tecnológicos

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB1, CB3	RA1
CT4, CT6, CT8, CT12, CT14	
CE1, CE8, CE12, CE15, CE16	

4. CONTENIDOS

- Comprender, crear, comunicar y ofrecer valor.
- Oportunidades del mercado y propuesta de valor.
- Desarrollo del valor y de la marca.
- Análisis financiero.
- Márketing Mix.
- Márketing de servicios.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- MD1: Clase Magistral (vía Web en el caso de 100% on-line)
- MD2: Aprendizaje Cooperativo
- MD5: Aprendizaje basado en proyectos

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Seminario virtual	5
Actividades aplicativas de carácter integrador	25
Trabajo autónomo (Lectura de temas/recursos y estudio, resolución de casos y proyecto)	90
Tutorías, seguimiento y evaluación de actividades	30

Modalidad online:

Actividad formativa	Número de horas
Seminario virtual	5
Actividades aplicativas de carácter integrador	25
Trabajo autónomo (Lectura de temas/recursos y estudio, resolución de casos y proyecto)	90
Tutorías, seguimiento y evaluación de actividades	30

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Sistema de evaluación	Peso
SE1: Exámenes y tests	30%
SE2: Elaboración de artículos, informes o memorias de diseños	55%
SE3: Evaluación entre compañeros de las simulaciones y de los casos prácticos	10%
SE6: Para la evaluación de las competencias básicas y generales correspondientes a la materia, se utilizarán rúbricas o tests	5%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 5,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 5,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Modalidad presencial:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1: Actividad introducción	Semana 2
Actividad 2: Análisis estratégico	Semana 5
Actividad 3: Análisis Financiero	Semana 8
Examen Final	Al finalizar el primer trimestre

Modalidad online:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1: Proyecto de consultoría estratégica	Final Unidad Aprendizaje 2
Actividad 2: Marketing y Comunicación	Final Unidad Aprendizaje 3
Examen Final	Al finalizar el primer trimestre

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

- Brealey, Richard; Myers, Stewart; Marcus, Alan J. y Mateos-Aparicio Morales, Petra (2010). Finanzas Corporativas. Madrid: McGraw-Hill.
- William J. Stanton; Michael J. Etzel y Bruce J. Walker (2007). Fundamentos de Marketing. Madrid: McGraw-Hill.
- Philip Kotler y Kevin Keller (2006). Dirección de Marketing. Mexico: Pearson Educación
- Geoffrey A. Moore (1991, revised 1999 and 2014). Crossing the Chasm: Marketing and Selling High-Tech Products to Mainstream Customers.
- Philip Kotler y Kevin Keller (2006). Dirección de Marketing. Mexico: Pearson Educación.
- H.Igor Ansoff (1976). La estrategia de la empresa.

10. UNIDAD DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo:

Las adaptaciones o ajustes curriculares para estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo, a fin de garantizar la equidad de oportunidades, serán pautadas por la Unidad de Atención a la Diversidad (UAD).

Será requisito imprescindible la emisión de un informe de adaptaciones/ajustes curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que los estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo deberán contactar a través de: unidad.diversidad@universidadeuropea.es al comienzo de cada semestre.

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.