

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura/Módulo	Digital Analytics
Titulación	Máster Universitario en Analítica de Negocios (Business Analytics)
Facultad/Escuela	Facultad de Ciencias Sociales
Curso	1º
Créditos (ECTS)	6 ECTS
Carácter	OB
Idioma/s	Español
Modalidad	Presencial
Semestre	S1
Curso académico	2025-2026
Docente coordinador	

2. PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA/MÓDULO

La asignatura comienza con la aplicación del Business Analytics al marketing, abordando el papel del marketing y las ventas en la empresa, el diseño del plan de marketing y la estrategia de marca. Se continúa con el análisis del plan de medición, el funnel de ventas y los KPIs, así como la gestión de clientes en términos de fidelización, venta cruzada y retención, todo ello ilustrado con un caso de uso. Posteriormente, se introduce la analítica web, incluyendo el uso de Google Analytics v4 y Tag Manager.

En las unidades siguientes se estudia la analítica SEO como herramienta para la toma de decisiones empresariales, analizando factores On-page y Off-page, herramientas de seguimiento y control, y el desarrollo de un plan editorial. También se exploran las redes sociales como fuente de información, cubriendo la estrategia de *social media analytics*, la extracción de datos, la elaboración de informes y el análisis de opinión. La asignatura concluye con el estudio del Paid Media, sus principios y métricas clave, y el uso de plataformas como Google Ads y Facebook Ads.

3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos:

CON02. Explicar de manera profesional y comprensible los resultados del análisis de datos.

CON04. Contrastar la importancia del dato en proyectos de analítica de datos.

CON05. Recomendar diferentes alternativas para la toma de decisiones de negocio basadas en el descubrimiento de información mediante herramientas de inteligencia de negocio.

- Identificar la terminología propia de marketing digital centrada en el dato: disciplinas, indicadores, valores.
- Contrastar la importancia del dato en marketing digital.

- Argumentar y proponer mejoras en una estrategia digital, a partir de datos.

Habilidades:

HAB02. Utilizar lenguajes de programación y herramientas analíticas avanzadas como instrumentos de acceso, manipulación y análisis de datos.

- Experimentar con las herramientas que permiten la recogida de datos y su interpretación.

HAB04. Evaluar las diferentes técnicas involucradas en una solución de analítica de negocio.

- Evaluar información valiosa para un negocio a partir de indicadores de marketing digital.
- Validar metodologías a través de casos de estudio reales.

Competencias:

CP03. Aplicar y evaluar tecnologías para el análisis y resolución de problemas analíticos.

CP07. Interpretar y evaluar los resultados para poder entender, solucionar y optimizar procesos de negocio, analizando mejoras de optimización y KPIs.

4. CONTENIDOS

A continuación, se indican los contenidos de la asignatura/módulo:

Unidad 1. BA aplicado a Marketing I

- Papel de marketing y ventas dentro de una empresa.
- Plan de marketing.
- Estrategia y Brand marketing.

Unidad 2. BA aplicado a Marketing II

- Plan de medición, funnel de ventas y KPIs.
- Clientes: Fidelización, venta cruzada / Upselling, retención y KPIs.
- Caso de uso.

Unidad 3. Introducción a la analítica web.

- Introducción a la analítica web.
- Google Analytics v4.
- Introducción a tag manager.

Unidad 4. Analítica SEO, cómo tomar decisiones de negocio.

- Introducción al SEO.
- Factores On-page y Off-page.
- Principales herramientas de análisis, seguimiento y control.
- Plan editorial.

Unidad 5. Redes sociales como fuente de información.

- Bases del social media Analytics: estrategia y objetivos.
- Extracción de datos. Informes.
- Escucha social y análisis de opinión.

Unidad 6. Paid Media: principales indicadores de negocio.

- Introducción Paid Media: características y principios de SEM.
- Campañas en Ads y métricas principales (Google Ads/Facebook Ads).

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se desarrollarán a lo largo de la asignatura/módulo:

- Clase magistral.
- Aprendizaje cooperativo.
- Aprendizaje basado en problemas.
- Aprendizaje basado en proyectos.
- Aprendizaje basado en enseñanzas de taller.
- Entornos de simulación.

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se detallan los tipos de actividades formativas previstas, incluyendo la dedicación en horas que se espera por parte del estudiante para cada una de ellas:

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales	8
Seminarios de aplicación práctica	22
Resolución de problemas	6
Exposiciones orales	4
Elaboración de informes y escritos	25
Investigaciones y proyectos	6
Actividades en talleres y/o laboratorios	1
Trabajo autónomo	56
Debates y coloquios	8
Tutoría	12
Pruebas de evaluación presenciales	2
TOTAL	150

7. EVALUACIÓN CONTINUA

Cada actividad formativa evaluable constituye una oportunidad para el estudiante para progresar, recibir feedback y consolidar conocimientos, habilidades y competencias. Los Resultados de Aprendizaje, recogidos en esta guía, orientan este proceso y actúan como referentes para su consecución.

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

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso (%)
Pruebas de evaluación presenciales	20-40%
Exposiciones orales	5-10%
Evaluación del desempeño	5-10%
Informes y escritos	10-40%
Caso/problema	5-20%
Investigaciones y proyectos	10-25%

En el Campus Virtual, al acceder a la asignatura/módulo correspondiente, se puede consultar en detalle la información relativa a los sistemas de evaluación, incluyendo las fechas de entrega y los procedimientos aplicables a cada uno de ellos.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura/módulo en convocatoria ordinaria, el estudiante deberá obtener una calificación mayor o igual a 5,0 (sobre 10), en todos los sistemas de evaluación propuestos en esta guía. La calificación final se calculará a partir de la media ponderada de todos los sistemas de evaluación descritos.

Si en alguno de los sistemas de evaluación, propuestos en la presente guía, se obtuviese una nota inferior a 5,0 (sobre 10), la calificación final de la asignatura/módulo sería “suspense” aunque, en el resultado de la media ponderada se obtuviese un valor superior a 5,0 (sobre 10). En este último caso, la asignatura/módulo, seguiría estando “suspensa” obteniendo una calificación final de la asignatura/módulo de 4,0 (sobre 10).

Entrega de actividades

El cumplimiento de los plazos de entrega es esencial para garantizar la equidad y la planificación del proceso formativo.

En caso de no entregar una actividad formativa evaluable en tiempo y forma, y sin justificación previa, esta no será evaluada y, por tanto, constará como “no presentado”.

Se anima al estudiante a comunicar con antelación suficiente al docente de la asignatura/módulo, cualquier dificultad que pueda afectar a su participación en cualquier actividad.

Asistencia

La participación activa en las sesiones formativas es un componente clave del aprendizaje. Para superar la asignatura/módulo, se requiere acreditar al menos un 50 % de asistencia. En caso de no alcanzarse este porcentaje mínimo, el docente podrá considerar la asignatura/módulo como “suspenso”, conforme al reglamento de evaluación de la Universidad Europea de Andalucía.

7.2. Convocatoria extraordinaria

La convocatoria extraordinaria ofrece una nueva oportunidad al estudiante para evidenciar su aprendizaje. Para superarla, será necesario obtener una calificación final (media ponderada) igual o superior a 5,0 sobre 10,0).

Entrega de actividades

El estudiante deberá presentar y superar aquellas actividades formativas obligatorias no entregadas o no superadas en la convocatoria ordinaria, respetando los nuevos plazos establecidos. En el caso de incumplimiento de estos nuevos plazos de entrega, supondrá la no evaluación de la actividad y, por tanto, constará como “no presentado”.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se presenta el cronograma con las fechas de entrega de las actividades formativas evaluables de la asignatura/módulo:

Actividad formativa evaluable	Fecha
Actividad 1	Noviembre
Actividad 2	Diciembre
Actividad 3	Enero-Febrero
Prueba de evaluación presencial	Marzo

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

9. REFERENCIAS

Las referencias bibliográficas, tanto específicas como complementarias correspondientes a cada módulo, serán proporcionadas por el docente coordinador del módulo y la dirección del Máster Universitario al inicio del período lectivo.

10. ÁREA DE ORIENTACIÓN, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Desde el Área de Orientación, Diversidad e Inclusión (ODI) se ofrece acompañamiento a los estudiantes a lo largo de su trayectoria universitaria, con el propósito de facilitar su desarrollo académico y personal, y apoyarles en el logro de sus metas. Esta Área centra su labor en tres pilares fundamentales: la inclusión de

estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo, la promoción de la accesibilidad universal en la comunidad educativa y la garantía de igualdad de oportunidades para todos.

Entre los servicios que se ofrecen, se encuentran:

- **Acompañamiento y seguimiento académico**, a través de la realización de asesorías y la elaboración de planes personalizados dirigidos a quienes requieren mejorar su rendimiento académico.
- **Atención a la diversidad**, mediante la implementación de ajustes curriculares no significativos -en aspectos metodológicos y de evaluación- para estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo, con el fin de garantizar la equidad de oportunidades.
- **Recursos formativos extracurriculares**, orientados al desarrollo de competencias personales y profesionales que contribuyan al crecimiento integral de los estudiantes.
- **Orientación vocacional**, mediante la provisión de herramientas y asesoramiento a quienes tengan inquietudes sobre su elección de titulación o estén considerando un cambio en su trayectoria formativa.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden contactar con el Área a través del siguiente correo electrónico: orientacioneducativa@universidadeuropea.es

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

Participar en las encuestas de satisfacción es una oportunidad enriquecedora para contribuir a la mejora continua de la titulación, así como de la institución. Gracias a ellas, es posible identificar qué aspectos académicos, del equipo docente y del proceso de enseñanza-aprendizaje están funcionando bien y cuáles pueden seguir mejorándose.

Con el objetivo de fomentar una participación activa en la cumplimentación de encuestas entre los estudiantes, se han puesto en marcha distintas vías de difusión. Las encuestas están disponibles en el espacio habilitado en el Campus Virtual y también se envían por correo electrónico para facilitar el acceso.

Las respuestas recogidas permiten la toma de decisiones que impactan directamente en la calidad de la experiencia formativa y en el día a día de la comunidad universitaria.