

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Herramientas Analíticas
Titulación	Grado de Marketing
Escuela/ Facultad	Ciencias Económicas, Empresariales y de la Comunicación
Curso	4º Curso
ECTS	6 ECTS
Carácter	Optativa
Idioma/s	Castellano
Modalidad	Presencial y Online
Semestre	Semestral S6, S7 o S8
Curso académico	2024/2025
Docente coordinador	M ^a Luisa Fanjul

2. PRESENTACIÓN

En esta asignatura, aprenderás a conocer y entender a los usuarios que acceden y utilizan la web. También aprenderás a recopilar y tratar la gran cantidad de datos que generan. Y lo más importante, **profundizarás en el análisis de toda esa información para poder entenderla, predecir y ayudar así en la toma de decisiones de la empresa mediante las herramientas analíticas.**

Tendrás el conocimiento sobre los datos que se manejan en el ecosistema digital en torno a la web y te ayudará a plantear indicadores y métricas (KPIs) para comprenderlos. Conocerás las principales herramientas utilizadas por los expertos en analítica digital (como Google Analytics o Data Studio, entre otras) y te ayudará a implantar mecanismos para recolectar toda la información necesaria y poder analizarla con las herramientas aprendidas.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

CB01: Conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB03: Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

Competencias transversales:

CT04: 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.

CT08: Gestión de la información: Capacidad para buscar, seleccionar, analizar e integrar información proveniente de fuentes diversas.

CT12: Razonamiento crítico: Capacidad para analizar una idea, fenómeno o situación desde diferentes perspectivas y asumir ante él/ella un enfoque propio y personal, construido desde el rigor y la objetividad argumentada, y no desde la intuición.

CT13: Resolución de problemas: Capacidad de encontrar solución a una cuestión confusa o a una situación complicada sin solución predefinida, que dificulte la consecución de un fin.

CT18: Utilización de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC): Capacidad para utilizar eficazmente las tecnologías de la información y las comunicaciones como herramienta para la búsqueda, procesamiento y almacenamiento de la información, así como para el desarrollo de habilidades comunicativas.

Competencias específicas:

CE03: Facultad para analizar y sintetizar los resultados de los informes y estudios de mercado y tomarlos como base para la toma de decisiones aplicadas al marketing.

CE13: Capacidad para analizar los datos económicos y de mercado obtenidos, con criterio para decidir qué información es relevante y cómo se puede utilizar, obteniendo conclusiones acertadas

CE16: Habilidad para diseñar y aplicar las estrategias corporativas y competitivas de la empresa a las acciones de marketing.

Resultados de aprendizaje:

RA1: Dominará el uso de herramientas de manejo de datos.

RA 2: Tendrá dominio avanzado de herramientas y paquetes estadísticos

RA3: Dispondrá de conocimientos profundos de las funcionalidades de herramientas como Tableau y Google Analytics.

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
CB01, CB03 CT04, CT08, CT12, CT13, CT16, CT18	RA1, RA2
CE03, CE13, CE16, CE26	RA3

4. CONTENIDOS

1. Introducción al análisis de datos
2. Conceptos estadísticos
3. Uso avanzado de Google Analytics

4. Uso avanzado de Excel
5. Uso avanzado de Tableau

Otras herramientas estadísticas

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

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

MODALIDAD PRESENCIAL

- Método del Caso
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje Basado en proyectos
- Clases magistrales

MODALIDAD ONLINE

- Método del Caso
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje Basado en proyectos
- Clases magistrales mediante seminario virtual

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
Lecciones magistrales	40h
Trabajo autónomo	35h
Exposiciones orales	10h
Análisis de casos y Resolución de problemas	20h
Actividades participativas grupales	20h
Pruebas de conocimiento	5h
Tutoría	20h
TOTAL	150 h

Modalidad online:

Actividad formativa	Número de horas
---------------------	-----------------

Seminario virtual	10h
Lectura de temas y consulta de recursos complementarios	20h
Actividades de aplicación individuales: problemas, casos, proyectos	30h
Actividades de aplicación colaborativas...	20h
Tutorías	20h
Cuestionarios de autoevaluación y pruebas de conocimiento presenciales	5h
Trabajo autónomo	45h
TOTAL	150 h

7. EVALUACIÓN

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

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de conocimiento	50%
Análisis de casos y resolución de problemas	20%
Exposiciones orales	10%
Participación en debates y foros	5%
Trabajos/ proyectos	15%

Modalidad online:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de conocimiento	50%
Análisis de casos y resolución de problemas	20%
Exposiciones orales	10%
Participación en debates y foros	5%
Trabajos/ proyectos	15%

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 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de 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 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de 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:

Actividades evaluables	Fecha

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

9. BIBLIOGRAFÍA

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

- Marketing Digital. Mobile Marketing, SEO y Analítica Web. José María Estrade Nieto
- A continuación, se indica bibliografía recomendada: •
- Analítica Web 2.0: El arte de analizar resultados y la ciencia de centrarse en el cliente. Avinash Kaushik • CRO.

- Diseño y Desarrollo de negocios digitales. Ricardo Tayar López • Data Management Platform (DMP). Big Data aplicado a campañas online, audiencias y personalización web. Óscar López Cuesta • El arte de medir. Gemma Muñoz Vera • Google Analytics. Mide Y Vencerás. Iñaki Gorostiza Esquerdeiro

10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Desde la Unidad de Orientación Educativa, Diversidad e Inclusión (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:

orientacioneducativa@universidadeuropea.es

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.