

MÁSTER EN TÉCNICAS DE ANÁLISIS Y GESTIÓN INTELIGENTE DE NEGOCIOS (2023-24)

| | | |
|------------------------|---|--|
| Código: 9327 | Fecha de aprobación: 19/06/2019 | Precio: 65 1st registration credits |
| Créditos: 60 | Título: UA Studies (ECTS) | |

RAMA

Not defined

PLAN

MÁSTER EN TÉCNICAS DE ANÁLISIS Y GESTIÓN INTELIGENTE DE NEGOCIOS

TIPO DE ENSEÑANZA

Face-to-face

CENTROS DONDE SE IMPARTE

Centre for Continuing Education (ContinUA)

ESTUDIO IMPARTIDO CONJUNTAMENTE CON

Solo se imparte en esta universidad

FECHAS DE EXAMEN

[Acceda al listado de fechas de examen para esta titulación.](#)

PLAN DE ESTUDIOS OFERTADO EN EL CURSO 2023-24

Leyenda: No ofertada Sin docencia

UNICO

OBLIGATORIAS

54 créditos

| Curso | Título | Créditos | Subject |
|-------|------------|----------|---|
| 1 | COMPULSORY | 3 | 79218 - ECONOMETRIC TECHNIQUES APPLIED TO BUSINESS INTELLIGENCE |
| 1 | COMPULSORY | 3 | 79219 - INNOVATION AND RESEARCH FOR GLOBAL COMPETITIVE DEVELOPMENT |
| 1 | COMPULSORY | 3 | 79220 - LEADERSHIP AND BUSINESS MANAGEMENT STRATEGY |
| 1 | COMPULSORY | 5 | 79221 - GOOD PRACTICES IN INNOVATION PROCESS MANAGEMENT |
| 1 | COMPULSORY | 1,50 | 79222 - DATAFICATION, RESEARCH AND KEYS FOR PLANNING APPLIED TO BUSINESS INTELLIGENCE |
| 1 | COMPULSORY | 2 | 79223 - DATA AND COMMUNICATION STRATEGIES APPLIED TO BUSINESS INTELLIGENCE |
| 1 | COMPULSORY | 1,50 | 79224 - METRICS FOR MONITORING AND EVALUATING COMMUNICATION |
| 1 | COMPULSORY | 2 | 79225 - MARKETING METRICS ADAPTED TO BUSINESS INTELLIGENCE |
| 1 | COMPULSORY | 2 | 79226 - INTRODUCTION TO BUSINESS INTELLIGENCE |
| 1 | COMPULSORY | 3 | 79227 - DATA MANAGEMENT IN BUSINESS INTELLIGENCE |
| 1 | COMPULSORY | 2 | 79228 - TOOLS IN THE CLOUD AND THEIR USEFULNESS IN THE BUSINESS ENVIRONMENT |
| 1 | COMPULSORY | 3 | 79229 - APPLICATION OF BIG DATA TOOLS IN THE COMPANY |
| 1 | COMPULSORY | 3 | 79230 - ARTIFICIAL INTELLIGENCE TOOLS APPLIED TO BUSINESS INTELLIGENCE |
| 1 | COMPULSORY | 2 | 79231 - DISTRIBUTED REGISTRATION TOOLS APPLIED TO BUSINESS INTELLIGENCE DISTRIBUTED (BLOCKCHAIN) |
| 1 | COMPULSORY | 2 | 79232 - PRIVATE INTERNATIONAL LEGAL FRAMEWORK FOR THE PROTECTION AND USE OF DIGITAL CONTENT AND DATA |
| 1 | COMPULSORY | 2 | 79233 - PRIVATE INTERNATIONAL LEGAL FRAMEWORK FOR THE MANAGEMENT AND ACTIVITY OF INTELLIGENT BUSINESSES |
| 1 | COMPULSORY | 1,50 | 79234 - PRIVATE INTERNATIONAL LEGAL FRAMEWORK RELATING TO NON-PROPRIETARY SOFTWARE AND OPEN DATA |
| 1 | COMPULSORY | 1,50 | 79235 - PRIVATE INTERNATIONAL LEGAL FRAMEWORK ON PRIVACY AND PROTECTION OF PERSONAL DATA |
| 1 | COMPULSORY | 11 | 79238 - MASTER'S DEGREE THESIS |

OPTATIVAS

6 créditos

| Curso | Título | Créditos | Subject |
|-------|----------|----------|--|
| 1 | ELECTIVE | 6 | 79236 - INTERNSHIPS IN COMPANIES |
| 1 | ELECTIVE | 6 | 79237 - ANALYSIS OF BUSINESS INTELLIGENCE PROCESSES IN COMPANIES |

Superado este bloque se obtiene

MÁSTER EN TÉCNICAS DE ANÁLISIS Y GESTIÓN INTELIGENTE DE NEGOCIOS

Este programa formativo tiene la intención de dotar a profesionales de distinto perfil de las ciencias sociales y jurídicas (licenciados en ADE, Economía, Derecho, Sociología...) habilidades relacionadas con las matemáticas, el análisis de datos y la informática, especialmente orientadas hacia el desarrollo de modelos inteligentes de negocio, la gestión de equipos y la competitividad empresarial basada en el empleo de datos. Para ello, se proponen los siguientes objetivos generales:

1. Entender la innovación como elemento fundamental para la generación de competitividad.
2. Conocer los principios teóricos y fundamentos de la economía digital
3. Conocer los entornos innovadores en los que se desarrolla la actividad económica.
4. Tener conocimiento del entorno laboral y cómo adaptar el currículum para tener una mejor salida profesional
5. Diseñar o asesorar en el diseño de negocios digitales basados en la inteligencia en un entorno globalizado e interconectado de acuerdo con la normativa vigente
6. Comprender la importancia de las técnicas análisis como elemento competitivo para la mejora de los proyectos
7. Llevar a cabo estrategias de negocio, comunicación empresarial y gestión en base a los datos.
8. Conocer diferentes métricas y formas de análisis para la mejora de empresas y proyectos.
9. Aprender técnicas de investigación orientadas a la mejora de proyectos y negocios.
10. Aprender la normativa legal para el uso correcto de datos a nivel empresarial.
11. Conocer qué es la inteligencia de negocios, qué tecnología requiere, y cómo estas mejoran competitivamente los proyectos y empresas.
12. Explorar el análisis y las herramientas en base al Big Data y la Inteligencia Artificial orientado a los negocios.

COMPETENCIAS

GENERAL COMPETENCES

- CG1:Tener la capacidad de búsqueda, gestión y uso de información y recursos en el ámbito del desarrollo de proyectos.
- CG2:Ser capaces de aplicar los conocimientos aprendidos y resolver problemas tanto en entornos conocidos como en entornos nuevos.
- CG3:Poder aplicar técnicas de análisis en ciencias económicas para el desarrollo y la innovación en proyectos propios, universidades o terceras empresas.
- CG4:Tener capacidad para diseñar y elaborar proyectos de trabajo en el contexto de técnicas de datos y la visualización de la información.
- CG5:Ser capaz de integrarse en equipos de trabajo o investigación multidisciplinares de manera eficaz y colaborativa.
- CG6:Conocer la legislación en materia de datos personales, privacidad y derechos fundamentales de las personas, interoperabilidad, propiedad intelectual y reutilización de datos.
- CG7:Tener capacidad para extraer, interpretar y analizar datos de diferentes entornos.
- CG8:Tener capacidad para presentar los resultados obtenidos en las diferentes técnicas de datos de manera eficiente y atractiva.
- CG9:Tener capacidad para entender la competitividad de los proyectos generadas por los datos y su papel fundamental en la toma de decisiones.
- CG10:Tener capacidad para aplicar de manera efectiva herramientas analíticas y predictivas de aprendizaje automático.

SPECIFIC COMPETENCES

- CE1:Conocer los tipos de datos existentes y las técnicas más apropiadas para su correcta interpretación y su empleo en la toma de decisiones estratégicas en los negocios.
- CE2:Realizar análisis descriptivos de datos con el objetivo de facilitar la interpretación de estos, mejorando la capacidad de interpretación y la percepción de la situación empresarial.
- CE3:Conocer e interpretar modelos de regresión lineal que permitan extraer información prospectiva de manera ajustada.
- CE4:Corregir y ajustar los modelos econométricos para dotar de una mayor capacidad explicativa y reducir sus errores.
- CE5:Conocer e interpretar modelos de regresión no lineal, identificando las principales diferencias con respecto a los modelos avanzados de regresión lineal.
- CE6:Comprender la innovación como elemento fundamental para la mejora de la competitividad empresarial, la diferenciación y la reingeniería de procesos internos en búsqueda de una mayor eficiencia.
- CE7:Analizar el estado de innovación de la economía española, conociendo las principales fortalezas y debilidades del sector empresarial con respecto a la innovación.
- CE8:Analizar el entorno de actuación para la realización de un proyecto gracias a la correcta interpretación de los datos y la capacidad de identificar las estrategias más adecuadas.
- CE9:Comprender la importancia de la investigación en comunicación empresarial y su relación con los datos y la innovación para un mayor impacto y uso eficiente de los recursos.
- CE10:Conocer los elementos clave de la planificación de la comunicación empresarial.
- CE11:Saber integrar los datos en la planificación de manera que permita un correcto ajuste de la estrategia de comunicación.
- CE12:Situar la comunicación estratégica en el marco empresarial exponiendo las principales líneas de actuación y su adaptación a cada contexto.
- CE13:Comprender el papel de los datos como herramienta estratégica de la comunicación de los negocios.
- CE14:Saber utilizar los datos de comunicación de las empresas como herramienta para potenciar la inteligencia de los negocios.
- CE15:Identificar las métricas de seguimiento y evaluación de la comunicación en diferentes medios digitales.
- CE16:Saber interpretar los informes de resultados según las herramientas de análisis acordadas y los resultados previstos.
- CE17:Aprender las pautas principales para la correcta elaboración de informes de seguimiento y evaluación en los negocios inteligentes.
- CE18:Saber plantear proyectos y estrategias emprendedoras en el ecosistema digital a escala global aprovechando las ventajas y fortalezas locales.
- CE19:Conocer técnicas y soluciones para la gestión y puesta en marcha de proyectos empresariales en espacios innovadores.
- CE20:Adquirir nociones de liderazgo, técnicas y herramientas para la gestión de proyectos inteligentes.
- CE21:Diseñar, gestionar y medir una estrategia de innovación empresarial acorde a nuestro modelo de negocio y el entorno que ocupamos.
- CE22:Llevar a cabo prospectiva estratégica y el análisis de riesgos ante cambios y nuevos escenarios en el ecosistema empresarial.
- CE23:Saber gestionar grupos de profesionales para alcanzar los resultados propuestos.
- CE24:Entender la importancia de proteger el software, los contenidos digitales y los datos en el marco de las relaciones privadas transfronterizas, así como las herramientas a nuestro alcance.
- CE25:Comprender como se puede hacer uso de contenidos y datos de terceros si incurrir en violaciones transfronterizas de la normativa en la materia, así como sus límites y prácticas recomendadas.

- CE26:Tener conocimiento de las políticas en materia de open access y de datos abiertos y cómo los usuarios pueden beneficiarse de ellas en las relaciones privadas internacionales.
- CE27:Conocer la normativa de Derecho internacional privado y herramientas a nuestro alcance para la protección de datos personales en un entorno digital y globalizado.
- CE28:Comprender el marco de Derecho internacional privado para acceder a la actividad de prestación de servicios digitales un mercado electrónico globalizado.
- CE29:Comprender la normativa de Derecho internacional privado que rige el ejercicio de la actividad de las plataformas digitales según el tipo de negocio.
- CE30:Comprender la arquitectura y el gobierno de Internet y el reto que supone desde el punto de vista de las relaciones transfronterizas.
- CE31:Comprender desde un punto de vista práctico las condiciones que imponen las licencias de software open source para su utilización en relaciones privadas transfronterizas.
- CE32:Comprender desde un punto de vista práctico las condiciones que imponen las licencias de datos abiertos para su utilización en relaciones privadas transfronterizas.
- GE33:Comprender como implementar la normativa de Derecho internacional privado que obliga a tomar en cuenta la protección de datos en el diseño de productos y servicios digitales.
- GE34:Entender cómo puede interactuar el abogado con los técnicos en el proceso de diseño de productos y servicios destinados a mercados electrónicos internacionales.
- GE35:Comprender los aspectos diferenciales de la gestión del marketing basada en las tecnologías de la información y la comunicación.
- GE36:Conocer diversos indicadores cuantitativos de medición de las acciones de marketing.
- CE37:Comprender las diferencias relevantes entre los diversos indicadores comerciales y cómo usar los más relevantes.
- CE38:Comprender las métricas relevantes asociadas a cada componente del mix de marketing.
- CE39:Gestionar indicadores que permitan medir y mejorar las acciones de marketing para la competitividad de los negocios.
- CE40:Capacitar para la creación de cuadros de mando con las métricas necesarias para la gestión de la actividad de marketing.
- CE41:Conocer los conceptos fundamentales de la Inteligencia de Negocios y la evolución del término hasta nuestros días.
- CE42:Saber determinar los indicadores óptimos a partir de los objetivos estratégicos definidos por el modelo de negocio.
- CE43:Saber determinar las fuentes de datos del negocio, así como su forma de obtenerla y su transformación.
- CE44:Conocer los modelos de datos más apropiados para la gestión en la inteligencia de negocios.
- CE45:Conocer la definición de cuadros de mandos y su uso en el entorno empresarial para ganar competitividad.
- CE46:Saber elegir los sistemas de Inteligencia de negocio para la empresa más adecuados a partir de su entorno y características.
- CE47:Conocer y saber aplicar los servicios de la nube para los modelos de negocio.
- CE48:Conocer las características fundamentales de las tecnologías, herramientas y plataformas del big data, para poder aplicarlos en los modelos de negocio.
- CE49:Conocer las posibilidades reales de la inteligencia artificial para la mejora competitiva de los modelos de negocio.
- CE50:Conocer los fundamentos de las tecnologías basadas en infraestructuras de cadenas de bloques y contabilidad distribuida y su aplicación en los modelos de negocio para ser capaz de seleccionar la plataforma más adecuada.

El Máster en Técnicas de Análisis y Gestión Inteligente de Negocios consta de 60 créditos ECTS distribuidos de la siguiente forma:

| Tipo de asignaturas | Créditos |
|----------------------------|-----------|
| Obligatorias (OB) | 54 |
| Optativas (OP) | 6 |
| Prácticas Externas (OP) | |
| Trabajo Fin de Máster (OB) | |
| TOTAL CRÉDITOS | 60 |

Cada crédito ECTS computa 25 horas de carga de trabajo del estudiante.

En el apartado "Plan de estudios" del menú lateral se puede consultar la información sobre cada una de las asignaturas que integran el plan de estudios.

Tras superar el total de créditos se obtiene el título propio de **MÁSTER EN TÉCNICAS DE ANÁLISIS Y GESTIÓN INTELIGENTE DE NEGOCIOS**.

Este título propio forma parte del Programa de Estudios Propios en **TÉCNICAS DE ANÁLISIS Y GESTIÓN INTELIGENTE DE NEGOCIOS** que está integrado por los siguientes títulos propios:

- Máster en Técnicas de Análisis y Gestión Inteligente De Negocios.
- Experto en Herramientas para Negocios Inteligentes.
- Experto en Gestión Inteligente de Negocios.

REQUISITOS DE ACCESO

Con carácter general, para acceder a las enseñanzas conducentes a la obtención del título propio de Máster se requiere:

- Estar en posesión de un título oficial de Educación Superior (Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico, Licenciado, Ingeniero, Arquitecto, Grado, Máster, Doctor).
- También podrán acceder quienes estén cursando un título oficial de educación superior y le resten menos de 18 créditos para su obtención.

DIRIGIDO A

- Graduados de áreas de las ciencias sociales y jurídicas, especialmente indicado para aquellos alumnos que hayan trabajado durante su etapa de formación con técnicas analíticas (como en Economía, ADE o Sociología) y deseen adquirir nuevos conocimientos para trabajar en empresas privadas en diferentes roles relacionados con el análisis y la gestión de información y datos.
- También para aquellos profesionales que deseen mejorar sus negocios a partir de las ventajas competitivas derivadas del uso de datos en los negocios y una gestión inteligente de los mismos.
- Emprendedores interesados en desarrollar proyectos propios contemplando el desarrollo de Business Intelligence como una ventaja competitiva.

CRITERIOS DE ADMISIÓN

Requisitos de admisión: Los criterios generales para el acceso a enseñanzas propias de la Universidad de Alicante. Los alumnos extranjeros no procedentes de países de habla española deberán acreditar, además, la posesión de al menos un nivel B1 de dominio del castellano o español (nivel umbral o threshold), en los términos definidos por el "Marco Común Europeo de Referencia para las lenguas" (MCER).

Criterios de valoración de méritos:

- 1) Titulación (hasta 6 puntos): 6 puntos

Tendrán acceso preferente los titulados y las tituladas en ramas de las ciencias sociales y jurídicas.

Se considerarán especialmente quienes hayan cursado Economía, ADE y Sociología o a aquellos estudiantes que durante su etapa de formación en otros grados de la rama de ciencias sociales y jurídicas hayan cursado asignaturas de estadísticas, matemáticas, econometría o análisis de datos.

- 2) Expediente académico y formación especializada en áreas relacionadas con las ciencias sociales (hasta 6 puntos).
- 3) Actividad investigadora y experiencia profesional en áreas relacionadas con las ciencias sociales (hasta 6 puntos).
- 4) Conocimiento de idiomas y otros méritos acreditados con diploma (hasta 2 puntos).

Los alumnos serán aceptados por orden de puntuación obtenida.

PREINSCRIPCIÓN Y MATRICULACIÓN

La preinscripción se realiza en la secretaría administrativa del estudio, en los plazos que para cada curso académico establezca la dirección de estudios (ver datos de contacto en el apartado "+Info" del menú lateral).

Una vez realizada la preinscripción y tras la aplicación de los criterios de admisión, quienes sean admitidos recibirán un correo electrónico con las instrucciones para realizar la matrícula.

TASAS

La información completa sobre las tasas administrativas a satisfacer para cada curso académico se puede consultar en la página:

<http://web.ua.es/es/continua/tasas.html>

El Máster en Técnicas de Análisis y Gestión Inteligente de Negocios es un título propio de la Universidad de Alicante.

La legislación vigente permite que las universidades, en uso de su autonomía, puedan impartir enseñanzas conducentes a la obtención de otros títulos distintos a los títulos oficiales de Grado, Máster y Doctorado:

- Disposición adicional undécima del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales ([Boletín Oficial del Estado de 30 de octubre de 2007](#))
- Normativa de la Universidad de Alicante sobre enseñanzas propias de postgrado y especialización (Aprobada por el Consejo de Gobierno el 14 de abril de 2014, [BOUA 15 de abril de 2014](#)). Esta Normativa recoge las recomendaciones realizadas por el Consejo de la Unión Europea conducentes al espacio europeo de formación permanente (Resolución del Consejo de 27 de junio de 2002 sobre la educación permanente, [DOCE 2002/C163/01](#))

Más información sobre normativa:

<http://web.ua.es/es/continua/normativa.html>

INFORMACIÓN DE CONTACTO

Francisco Ramón Juan Jover
Edificio de Institutos Universitarios
Ctra. San Vicente del Raspeig s/n.
03080 Alicante
Teléfono: 965903582
luis.moreno@ua.es
dei@ua.es

ORGANIZADORES ACADÉMICOS

Instituto Interuniversitario de Economía Internacional

DIRECCIÓN ACADÉMICA

- Director de estudios:

Manuel Marco Such

- Coordinador de estudios:

Luis Moreno Izquierdo