

Marketing basado en datos / Data-driven marketing

Número total de créditos ECTS	6	
Tipología	Obligatoria / Compulsory subject	
Organización temporal	Semestre 2 / Semester 2	
Modalidad	Presencial / Classroom	
Idioma	Castellano e inglés / Spanish and English	
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Empresas Data Driven y rol del marketing analítico ▪ Tecnologías aplicadas al marketing digital ▪ Creación de cuadros de mando ▪ Mecanismos avanzados de clasificación ▪ Sistemas de recomendación ▪ Modelos de predicción para la toma de decisiones ▪ Análisis digital del comportamiento del consumidor ▪ Herramientas para la optimización del dato <p>-----</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Data Driven Companies and the role of analytical marketing ▪ Technologies applied to digital marketing ▪ Creation of dashboards ▪ Advanced ranking mechanisms ▪ Recommender systems ▪ Predictive models for decision making ▪ Digital analysis of consumer behaviour ▪ Data optimisation tools 	
Resultados de aprendizaje TÍTULO	Conocimientos y contenidos	CC08 Identificar las principales fuentes, herramientas e indicadores de rendimiento en la recopilación, tratamiento y análisis de datos. / Identify the main sources, tools and performance indicators in data collection, processing and analysis.
	Habilidades y destrezas	HD02 Aplicar procedimientos y técnicas de marketing alineadas con una cultura de gestión basada en datos. / Apply marketing procedures and techniques with a data-driven management culture. HD03 Ejecutar planes de acción digital por medio de las herramientas digitales y software específico adecuado para una organización. / Execute digital action plans using digital tools and specific software suitable for an organisation. HD04 Incorporar técnicas de analítica de datos a la toma de decisiones empresariales. / Incorporating data analytics techniques into business decision making
	Competencias	CP08 Utilizar métodos, técnicas y herramientas para la implantación, ejecución y explotación del sistema de información de la organización. / Use methods, techniques and tools for the implementation, execution and exploitation of the organisation's information system.
Resultados de aprendizaje ASIGNATURA		
<ul style="list-style-type: none"> • Comprender la dimensión y posibilidades del marketing analítico en la estrategia y acción de una empresa • Construir cuadros de mando con los indicadores oportunos para la toma de decisiones • Incorporar técnicas de marketing basadas en dato en la gestión de una empresa <p>-----</p> <ul style="list-style-type: none"> • To understand the dimension and possibilities of analytical marketing in the strategy and action of a company. • To build dashboards with the appropriate indicators for decision making. • Incorporate data-driven marketing techniques in the management of a company. 		

Actividades formativas	Horas totales
Clases Expositivas / Participatory learning	14
Seminarios / Seminars	2
Clases prácticas / Practical lessons	30
Tutorías / Tutorials	12
Trabajo autónomo / Autonomous work	88
Prueba de evaluación final / Final evaluation test	4
Total	150

Sistemas de evaluación	MÍNIMO	MÁXIMO
Evaluación final: prueba o examen / Final evaluation test	40	40
Resolución problemas / Problem resolution	10	30
Estudio casos - Proyectos / Case studies - projects	10	30
Otras actividades de evaluación continua / Other continuous evaluation activities	0	10
Total	60	110