



# COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

GUÍA DOCENTE

2025 - 2026

## FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

| Datos de la asignatura |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nombre completo        | Retailing and data science                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Código                 | E000012998                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Título                 | <a href="#">Grado en Análisis de Negocios / Business Analytics por la Universidad Pontificia Comillas</a>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Impartido en           | Grado en Administración y Dirección de Empresas y Grado en Análisis de Negocios/Business Analytics [Quinto Curso]                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Nivel                  | Reglada Grado Europeo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Cuatrimestre           | Semestral                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Créditos               | 3,0 ECTS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Carácter               | Optativa (Grado)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Departamento / Área    | Departamento de Marketing                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Responsable            | Victoria Labajo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Horario                | Lunes, de 17.00 a 19.00 h                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Horario de tutorías    | A acordar por email con el profesor de la asignatura                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Descriptor             | En unos mercados de consumo caracterizados por la multicanalidad, la multiplicación de los puntos de contacto con el consumidor y la hiper-competencia, el análisis de los datos masivos generados (big data) se convierte en una herramienta clave en manos del Retail para interpretar los insights y dar respuesta a preferencias y demandas del shopper tanto para el comercio físico como para el E-Commerce. Con esta asignatura, conocerás y pondrás en práctica algunas de las aplicaciones más punteras de big data que proporcionan ventajas competitivas en el sector, como son la retención y adquisición de nuevos clientes; la localización y clustering de tiendas en base a hábitos/perfil de la clientela o rendimiento; análisis de comportamiento de la clientela y cestas de la compra; modelización del marketing mix o estimación del impacto de estrategias y tácticas. |

| Datos del profesorado |                              |
|-----------------------|------------------------------|
| Profesor              |                              |
| Nombre                | Clemente Hernández Sánchez   |
| Departamento / Área   | Departamento de Marketing    |
| Correo electrónico    | chsanchez@icade.comillas.edu |
| Profesor              |                              |
| Nombre                | Iñigo Barranco Fernández     |
| Departamento / Área   | Departamento de Marketing    |
| Correo electrónico    | ibarranco@icade.comillas.edu |

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

| Contextualización de la asignatura                |
|---------------------------------------------------|
| Aportación al perfil profesional de la titulación |



# COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

**GUÍA DOCENTE**

**2025 - 2026**

La asignatura se presenta como profundización en los conocimientos de marketing adquiridos en las asignaturas obligatorias dentro de la disciplina y, muy particularmente con la de Marketing Analítico, y en relación con otras optativas del área como Innovación y Marketing en la era digital, o Social Media Marketing.

## Prerrequisitos

In order to enrol in this subject, it is necessary to have previously taken Basic Statistics and Fundamentals of Marketing or Analytical Marketing. It is also necessary to have a good command of Excel

## Competencias - Objetivos

### Competencias

#### GENERALES

|             |                                                                                                                              |                                                                                                                                                                |
|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>CG03</b> | Resolución de problemas y toma de decisiones en un entorno de datos masivos tanto cuantitativos como cualitativos            |                                                                                                                                                                |
|             | <b>RA1</b>                                                                                                                   | Identificar y definir adecuadamente y proactivamente el problema y sus posibles causas                                                                         |
|             | <b>RA2</b>                                                                                                                   | Plantear posibles soluciones pertinentes y diseñar un plan de acción para su aplicación.                                                                       |
|             | <b>RA3</b>                                                                                                                   | Reconocer y buscar alternativas a las dificultades de aprendizaje teórico y práctico.                                                                          |
| <b>CG04</b> | Capacidad para elaborar proyectos e informes de manera oral y escrita, difundiendo estas ideas a través de canales digitales |                                                                                                                                                                |
|             | <b>RA1</b>                                                                                                                   | Aplicar los conocimientos de la disciplina en la producción de informes, memorias, proyectos y todo tipo de literatura en el ámbito académico                  |
|             | <b>RA2</b>                                                                                                                   | Distinguir la naturaleza persuasiva de los productos de comunicación y concibe textos y exposiciones como agentes proactivos en la realidad diaria empresarial |
| <b>CG08</b> | Capacidad crítica y autocrítica en la sociedad de la información                                                             |                                                                                                                                                                |
|             | <b>RA1</b>                                                                                                                   | Identificar, definir y explorar problemáticas de manera lógica y coherente dentro de un marco analítico adecuado                                               |
|             | <b>RA2</b>                                                                                                                   | Ser capaz de evaluar el trabajo propio y el de los demás.                                                                                                      |
|             | <b>RA3</b>                                                                                                                   | Ser capaz de desglosar en partes los problemas complejos, estableciendo relaciones causa efecto                                                                |

#### ESPECÍFICAS

|              |                                                                                                                      |                                                                                                                                                                |
|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>CEO42</b> | Conocer y comprender las principales aplicaciones que pueden derivarse del big data para el retail físico o virtual. |                                                                                                                                                                |
|              | <b>RA01</b>                                                                                                          | Es capaz de entender los fundamentos y aplicaciones del análisis de datos masivos en el contexto del retail                                                    |
|              | <b>RA02</b>                                                                                                          | Es capaz de extraer conclusiones y tomar decisiones ante los problemas de negocio más habituales relacionados con el uso de datos por las empresas del retail. |



## BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

### Contenidos – Bloques Temáticos

#### Temario

Tema 1. El arte de la tienda

Tema 2. Ecommerce, retail phigital

Tema 3. Finanzas del retail

Tema 4. KPIs del retail

Tema 5. Compras y planificación

Tema 6. Segmentación y fidelización

Tema 7. Métricas, monitorización y dirección estratégica de negocio

## METODOLOGÍA DOCENTE

### Aspectos metodológicos generales de la asignatura

El objetivo que persigue la metodología de trabajo es que el alumno conozca y sea capaz de aplicar correctamente las teorías y herramientas que implica la asignatura. Para lograrlo se aplicará una metodología secuencial que controle el aprendizaje del alumno en las distintas fases. El profesor pondrá a su disposición esquemas de los temas, la bibliografía básica y complementaria y expondrá en las clases magistrales los conceptos clave. El alumno debe ser capaz de gestionar distintas fuentes de información para diseñar sus propios materiales de trabajo. Las actividades prácticas en el aula reforzarán la adquisición de conceptos y, por su parte, las tutorías y las actividades de autoevaluación controlarán el diseño de los materiales y la comprensión de conceptos. Los trabajos fuera del aula, tanto individuales como colectivos, servirán para que el alumno aplique en la práctica los conceptos teóricos. El proyecto final evaluará la capacidad de manejar el lenguaje y aplicar las herramientas propias de la asignatura.

Política de IA:

*El uso de herramientas de Inteligencia Artificial Generativa (IAG), como ChatGPT o similares, no está permitido en las actividades que impliquen la generación de ideas, el diseño de acciones comerciales o la toma de decisiones estratégicas, dado que comprometería la capacidad de los sistemas de evaluación para valorar adecuadamente la adquisición de las competencias propias de la asignatura.*

*Sin embargo, se podrá admitir un uso complementario de estas herramientas para aspectos formales, como la mejora de la estructura y el formato de los entregables finales, siempre que dicho uso se declare explícitamente en el trabajo presentado, indicando la herramienta utilizada y los prompts o instrucciones empleados, y en ningún caso sustituya el proceso de análisis, reflexión o resolución de problemas que constituye el núcleo del aprendizaje de la materia.*

*Esto implica que la asignatura se sitúa en un Nivel 3 (uso autorizado con condiciones especiales), según la escala institucional del AI Assessment Scale (Perkins et al., 2024), donde el estudiante puede usar IA para colaborar con tareas específicas, como redacción, refinamiento y evaluación de su trabajo, siempre que: evalúe críticamente y modifique cualquier contenido generado por IA y documente detalladamente el uso realizado.*

### Metodología Presencial: Actividades



# COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

GUÍA DOCENTE

2025 - 2026

AF1. Lecciones de carácter expositivo - CEO 42

AF2. Ejercicios y resolución de casos y de problemas - CG03, CG08, CEO42

AF3. Exposición pública de temas o trabajos CG04, CG08

AF4. Trabajos monográficos y de investigación, individuales o colectivos CG04, CG08, CEO42

AF5. Tutoría Académica CG04, CG08, CEO42

### Metodología No presencial: Actividades

AF6. Estudio individual y/o en grupo y lectura organizada - CG03, CEO42 (20 h)

AF4. Trabajos monográficos y de investigación, individuales o colectivos - CG03, CG08 (22 h)

## RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

| HORAS PRESENCIALES                                     |                                                                     |                                        |                     |
|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|---------------------|
| Lecciones de Carácter expositivo                       | Ejercicios y resolución de casos y de problemas                     | Exposición pública de temas o trabajos | Sesiones tutoriales |
| 16.00                                                  | 10.00                                                               | 4.00                                   | 3.00                |
| HORAS NO PRESENCIALES                                  |                                                                     |                                        |                     |
| Estudios individual y/o en grupo, y lectura organizada | Trabajos monográficos y de investigación, individuales o colectivos |                                        |                     |
| 20.00                                                  | 22.00                                                               |                                        |                     |
| CRÉDITOS ECTS: 3,0 (75,00 horas)                       |                                                                     |                                        |                     |

## EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

El uso de IA para crear trabajos completos o partes relevantes, sin citar la fuente o la herramienta o sin estar permitido expresamente en la descripción del trabajo, será considerado plagio y regulado conforme al Reglamento General de la Universidad.

| Actividades de evaluación     | Criterios de evaluación                                                                                                                                          | Peso |
|-------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| Proyecto/caso final de grupo  | <ul style="list-style-type: none"><li>Asimilación conceptos clave de la asignatura</li><li>Capacidad comprensiva y relacional, capacidad de argumentar</li></ul> | 50   |
| Casos y trabajos individuales | <ul style="list-style-type: none"><li>Resolución de problemas y toma de decisiones</li></ul>                                                                     | 40   |
|                               | <ul style="list-style-type: none"><li>Contribución al desarrollo de las dinámicas de</li></ul>                                                                   |      |



|                                              |                                                                                               |    |
|----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Asistencia y participación activa en el aula | clase<br>• Capacidad para escuchar, argumentar y debatir<br>• Capacidad crítica y autocrítica | 10 |
|----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----|

## Calificaciones

*Para poder aprobar la asignatura es necesario conseguir una calificación mínima de 5 puntos por un lado, en el proyecto/caso con valor de examen y, por otro, en el conjunto de los elementos restantes de evaluación continua, y asistir de forma regular a clase. En caso contrario no se podrán compensar las notas y en el acta de calificación se consignará únicamente la menor de ellas.*

*Para aquellos alumnos que no logren aprobar la asignatura y tengan una parte aprobada se les guardará para la convocatoria extraordinaria la nota de la parte aprobada y sólo deberán realizar la parte que hayan suspendido. En cualquier caso, deberán contactar con el profesor antes del 1 de junio para obtener un plan especial de trabajo.*

*En el caso de aquellos alumnos en tercera o ulterior convocatorias, o alumnos de intercambio que no tengan convalidada la asignatura, el 100% de la calificación de la misma estará conformada por la nota del examen.*

*El uso indebido de ChatGPT u otra IAG será considerado como falta grave, según el Reglamento General de la Universidad, art. 168.2.e: "realización de acciones tendentes a falsear o defraudar los sistemas de evaluación del rendimiento académico". Las consecuencias de ello serán "la expulsión temporal de hasta tres meses o la prohibición de examinarse en la siguiente convocatoria a la imposición de la sanción, en una o en varias asignaturas de las que se encuentre matriculado el alumno, [...] aparte de suponer la calificación de suspenso (0) en la respectiva asignatura, [...] [y] la prohibición de examinarse de esa asignatura en la siguiente convocatoria".*

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

### Bibliografía Básica

Materiales de clase elaborados por los profesores y a disposición de los alumnos en el Moodle de la asignatura

### Bibliografía Complementaria

- Okunev, R. (2022) Analytics for Retail. A Step-by-Step Guide to the Statistics Behind a Successful Retail Business. Apress.
- Fisher, M., & Raman, A. (2010). The new science of retailing: how analytics are transforming the supply chain and improving performance. Harvard Business Review Press.
- Cox, E. (2011). Retail Analytics: The Secret Weapon. John Wiley & Sons.
- Lewis, R., & Dart, M. (2014). The new rules of retail: competing in the world's toughest marketplace. St. Martin's Press.
- Underhill, P. (2009). Why we buy: The science of shopping--updated and revised for the Internet, the global consumer, and beyond. Simon and Schuster.
- Fisher, M., & Raman, A. (2018). Using data and big data in retailing. Production and Operations Management, 27(9), 1665-1669.

En cumplimiento de la normativa vigente en materia de **protección de datos de carácter personal**, le informamos y recordamos que puede consultar los aspectos relativos a privacidad y protección de datos que ha aceptado en su matrícula entrando en esta web y pulsando "descargar"

<https://servicios.upcomillas.es/sedelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792>