



FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Análisis de datos para toma de decisiones/Advanced analytics
Código	E000005872
Título	Máster Universitario en Marketing por la Universidad Pontificia Comillas
Impartido en	Máster Universitario en Marketing [Primer Curso]
Créditos	3,0 ECTS
Carácter	Optativa
Departamento / Área	Departamento de Métodos Cuantitativos

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	Cristina Lozano Colomer
Departamento / Área	Departamento de Métodos Cuantitativos
Despacho	Alberto Aguilera 23 [OD-227]
Correo electrónico	clozano@icade.comillas.edu
Profesor	
Nombre	Raquel Redondo Palomo
Departamento / Área	Departamento de Métodos Cuantitativos
Despacho	Alberto Aguilera 23 [OD-431]
Correo electrónico	rredondo@icade.comillas.edu

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
Aportación al perfil profesional de la titulación
<p>This course aims to provide knowledge of different statistical methods for data analysis in the fields of marketing research. The basic contents consist of the usage of the SPSS tool to conduct those different methods.</p> <p>The scope of this subject is to enable students to achieve the following overall objectives :</p> <p>a) Gain a practical understanding of the main techniques of statistical analysis frequently used in the field of marketing management and marketing research.</p> <p>b) Learn how to use specific software packages and make data analysis from a quantitative perspective.</p>



c) Be able to statistically analyze the dataset of any research in the field of Marketing and be able to interpret the results

Prerequisitos

Basic skills in the use of an excel sheet

Competencias - Objetivos

Competencias

GENERALES

CG01	Capacidad de Gestión de la información y de datos sobre entorno, mercados y resultados de la estrategia de marketing
-------------	--

	RA1	Conoce, sintetiza y utiliza adecuadamente una diversidad de datos
	RA2	Discierne el valor y la utilidad de diferentes fuentes y tipos de información.

CG05	Razonamiento crítico y argumentación acorde con la comprensión del contexto externo y el proceso de administración y dirección de marketing
-------------	---

	RA1	Identifica, establece y contrasta las hipótesis, variables y resultados de manera lógica y crítica
	RA3	Da evidencias sólidas que fundamenten sus conclusiones y sugerencias

CG07	Capacidades interpersonales de escuchar, negociar y persuadir y de trabajo en equipos multidisciplinares para poder operar de manera efectiva en distintos cometidos, y, cuando sea apropiado, asumir responsabilidades de liderazgo
-------------	--

	RA4	Participa de forma activa en el trabajo de grupo compartiendo información, conocimientos y experiencias
	RA5	Se orienta a la consecución de acuerdos y objetivos comunes
	RA6	Contribuye al establecimiento y aplicación de procesos y procedimientos de trabajo en equipo
	RA7	Desarrolla su capacidad de liderazgo y no rechaza su ejercicio

ESPECÍFICAS

CEOPT01	Análisis de datos para la toma de decisiones/Advanced analytics
----------------	---

	RA1	Emplea la forma de análisis adecuada para resolver problemas complejos
--	------------	--



RA2	Entiende salidas de datos de análisis
RA3	Comunica eficazmente las conclusiones de sus análisis

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Contenidos – Bloques Temáticos

THEMATIC UNITS AND CONTENT

Content – Thematic Units

Module 1 **Introduction to research**

1. Gathering quantitative information. **Variables and data**
2. First glimpse of information in the sample: **Statistical description of data**

Module 2 **Statistical analysis of data**

3. From the sample to the population. **Introduction to statistical inference**
4. **Market segmentation: cluster analysis**
5. **Information reduction: factor analysis**
6. **Modeling and predicting behaviors: linear regression**

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

Skills

Generic skills of degree program

CG 1. Management of data and information on environments regarding markets and marketing strategies

CG 5. Critical thinking and argumentation consistent with the understanding of the external environment and the process of management and marketing management



CG 7. Interpersonal skills to listen, negotiate and persuade and work in multidisciplinary teams to operate effectively in different roles , and , where appropriate , take leadership responsibilities.

Skills specific to the sub-field of knowledge

CE5. Ability to recognize, implement and evaluate the effectiveness of key models and analysis tools for identifying opportunities and competitive threats

TEACHING APPROACH AND STRATEGIES

General learning and teaching approach of the course

The teacher will provide the relevant documentation. During the class, students will work to solve problems and debate issues related to the theory covered.

Class-based activities

Skills

AF1. Lectures

CG 1, CG 5

AF3. Case study work

CE5

Out of class activities

Skills

AF4. Individual research

CG 1, CG 5

AF5. Case solving

CE5

AF6. Group work

CG 7

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES		
Lecciones de carácter expositivo	Análisis y resolución de casos y ejercicios, individuales o colectivos	
10.00	16.00	
HORAS NO PRESENCIALES		
Estudio individual y lectura organizada	Análisis y resolución de casos y ejercicios, individuales o colectivos	Simulaciones, juegos de rol, dinámicas de grupo
10.00	30.00	15.00
CRÉDITOS ECTS: 3,0 (81,00 horas)		



EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación			Criterios de evaluación		Peso
Final test			To measure understanding of fundamental ideas and knowledge		60
Group project	The non-submission will disqualify students from passing the course	15%	Applying what has been learnt to real projects. Allow a sequential flow of study and understanding of the subject		40
Individual assignment	The non-submission of work cases will disqualify students from passing the course	25%			

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

Basic Bibliography

Newbold, Carlson and Thorne (2013) Statistics for Business and Economics. Pearson

Landau and Everitt. SPSS handbook.

Hill, Griffiths and Lim (2008) Principles of Econometrics. Wiley.

http://www.academia.dk/BiologiskAntropologi/Epidemiologi/PDF/SPSS_Statistical_Analyses_using_SPSS.pdf

yses_using_SPSS.pdf

Slides and additional course materials

They will be provided during the course



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

**GUÍA DOCENTE
2019 - 2020**

Bibliografía Complementaria

Hair, Anderson, Tatham y Black (2006) Análisis univariante. Perentice Hall.

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](https://servicios.upcomillas.es/sedeelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792)