

# Maestría en Inteligencia de Negocios

Sumilla MIN / Malla versión: 2791-2023-01

ASIGNATURA	SUMILLA
<b>Estrategia y Gestión Empresarial Basada en Datos</b>	<p>Al término de esta asignatura, el estudiante reconocerá la importancia estratégica y táctica de la explotación de los datos en todo tipo organizaciones, será capaz de demostrar una perspectiva empresarial integral sobre los datos, así como de desarrollar una cultura analítica dentro la organización. Así mismo, podrá contribuir a la mejora del proceso de toma de decisiones basándose en el análisis de dichos datos –data driven decision making (DDD).</p>
<b>Inteligencia de Cliente (CRM)</b>	<p>Al término de esta asignatura, el estudiante identificará el valor de la estrategia de negocio centrada en el cliente, sus fundamentos y aporte a las empresas en la era de la transformación digital y el big data con el objetivo de mejorar la prestación del servicio.</p> <p>Por otra parte, será capaz de evaluar el impacto que tiene la omnicanalidad en la obtención de inteligencia de cliente y su incorporación a la inteligencia de negocio para mejorar la toma de decisiones sobre el producto, precio, distribución y comunicación.</p>
<b>Visualización Avanzada de Datos</b>	<p>Al término de esta asignatura, el estudiante identificará los principios y técnicas necesarios para la visualización de datos, manejará las herramientas disponibles para su visualización, su utilidad, funcionalidad, coste y disponibilidad; lo que le permitirá analizar los datos y de diseñar un proyecto de visualización, de elegir el tipo de representación que más se adecúa estos y a los objetivos de comunicación, así como de generar dashboards que comuniquen visualmente de forma efectiva y comunicar los resultados de forma comprensible.</p>

ASIGNATURA	SUMILLA
<b>Fundamentos Tecnológicos para el Tratamiento de Datos</b>	<p>Al término de esta asignatura, el estudiante identificará los componentes principales de la infraestructura TIC, los fundamentos tecnológicos de la inteligencia de negocio, la integración de datos, el almacén de datos y el procesamiento analítico en línea. Además, comprenderá el funcionamiento y seguridad de las redes de computadores, las herramientas de protección de recursos informáticos y a la computación en la nube y sabrá reconocer las bases de datos, sus objetivos, funcionalidad, arquitectura y modelos para ser capaz de diseñar bases de datos basadas en el modelo entidad-relación.</p>
<b>Metodología de la Investigación I</b>	<p>La asignatura tiene como propósito fortalecer en los estudiantes las competencias sobre métodos y técnicas de investigación a través de los siguientes contenidos académicos: el trabajo de investigación, modalidades de trabajo de investigación, estructura del trabajo de investigación estructura del plan, el título del tema y el planteamiento del problema.</p>
<b>Análisis de Datos Masivos para el Negocio</b>	<p>Al término de esta asignatura, el estudiante identificará los conceptos de ciclo de vida de un proyecto basado en la ciencia de los datos y analizará las técnicas de extracción, preparación y almacenamiento de datos, las técnicas de NLP para el análisis de datos de textos provenientes de fuentes no estructuradas y las técnicas de aprendizaje automático.</p> <p>Además, aplicará las diferentes técnicas de análisis estadístico, técnicas predictivas para la estimación de variables cuantitativas, así como modelos de series temporales para realizar previsiones de resultados de negocio (operativos, ventas, marketing, etc.).</p>
<b>Analítica de Marketing Digital</b>	<p>Al término de esta asignatura, el estudiante será capaz de utilizar la herramienta de analítica web Google Analytics para analizar e interpretar la información que tiene a su alcance (audiencia, adquisición, comportamiento y conversiones), lo que le permitirá tomar decisiones estratégicas que le ayuden a mejorar sus cifras de negocio. Además, será capaz de utilizar las técnicas de optimización: el CRO (conversion rate optimization), la evaluación heurística, los test de usabilidad, los test A/B y los mapas de calor.</p>

ASIGNATURA	SUMILLA
<p><b>Inteligencia de Negocio Aplicada</b></p>	<p>Al término de esta asignatura, el estudiante reflexionará sobre la evolución del entorno empresarial, su situación actual, sus amenazas y oportunidades. Además, analizará el proceso de toma de decisiones e identificará los requisitos referentes a la cultura empresarial basada en el análisis y a las necesidades de capital humano que el entorno actual requiere, así como los modelos de negocios basados en la información y los datos que generan beneficio en la empresa.</p> <p>Por otra parte, será capaz de gestionar un proyecto de implantación de una estrategia de inteligencia de negocios en cualquier tipo de empresa.</p>
<p><b>Gestión de Proyectos de Inteligencia de Negocio</b></p>	<p>Al término de esta asignatura, el estudiante identificará las metodologías más innovadoras para la transformación de los negocios y los elementos y tecnologías de soporte necesarios para la aplicación de un proyecto.</p> <p>Por otra parte, el estudiante reflexionará sobre el proceso integral de un proyecto de inteligencia de negocio, siendo capaz de diseñar la arquitectura del proyecto ahondando en los recursos tecnológicos, el acceso a datos y la definición de los indicadores y reportes a generar por el sistema, así como de implementar en una organización un proyecto de inteligencia de negocios basado en datos e información de forma exitosa.</p>
<p><b>Metodología de la Investigación II</b></p>	<p>La asignatura es de carácter tiene como propósito desarrollar en los maestrantes competencias cognitivas que le permitan conocer y dominar el proceso de la investigación científica en su enfoque cualitativo, cuantitativo y mixto. Se revisa el método para que los alumnos puedan formular un problema de investigación, construir las hipótesis y objetivos, así como plantear la justificación que permita validar el desarrollo de la labor investigativa.</p>