

## Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un **reparto del trabajo de la asignatura** a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (10 puntos)
Semana 1	<b>Semana de introducción a la asignatura</b>	
Semana 2	<b>Tema 1. Inteligencia de negocio (IN) y comercio electrónico (<i>e-commerce</i>)</b> 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Definiciones, usos y relación de la IN 1.3. Evolución de la IN y el <i>e-commerce</i> 1.4. Aspectos legales y éticos aplicables a la IN 1.5. Oportunidades e impacto de la IN en las organizaciones 1.6. Referencias bibliográficas	
Semana 3	<b>Tema 2. Estrategias de inteligencia de negocio</b> 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Diseño de sistemas de IN o de <i>business intelligence</i> (BI) 2.3. Procesos, herramientas y estrategias 2.4. Integración de IN con sistemas de CRM y ERP	
Semana 4	<b>Tema 2. Estrategias de inteligencia de negocio (continuación)</b> 2.5. Información, conocimiento, toma de decisiones y competitividad 2.6. Necesidades de infraestructura y capital humano 2.7. Inferencia estadística y predicción (modelos, regresión, proyección, análisis de riesgos y simulación) 2.8. Referencias bibliográficas	Mapa conceptual: Mejor estrategia de IN y cálculo de KPI para su medición (1,5 puntos)
Semana 5	<b>Tema 3. Data mining y data management</b> 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. <i>Data warehouse</i> y arquitectura de datos 3.3. Datos abiertos y obtención de datos en fuentes 3.4. Procesos de trabajo con datos ETL (filtrado, extracción, transformación, carga y almacenamiento)	
Semana 6	<b>Tema 4. Visualización de datos a través del <i>balanced scorecard</i></b> 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. El <i>balanced scorecard</i> y su aplicación 4.3. Propósito e importancia del <i>balanced scorecard</i> 4.4. Definición de misión, visión y estrategias 4.5. Mapa estratégico	

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (10 puntos)
Semana 7	<b>Tema 4. Visualización de datos a través del <i>balanced scorecard</i> (continuación)</b> 4.6. Las cuatro perspectivas 4.7. Definición de objetivos e indicadores 4.8. Tablero de comunicación y control 4.9. Toma de decisiones 4.10. Referencias bibliográficas	Reporte de lectura: <i>Elaboración del plan estratégico y su implantación a través del cuadro integral</i> (1,5 puntos)
Semana 8	<b>Semana de repaso</b>	
Semana 9	<b>Tema 5. Seguimiento de la satisfacción del cliente</b> 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. <i>Customer relationship management</i> 5.3. Generar prospectos, ventas y lealtad 5.4. Implantación del CRM en un negocio de comercio electrónico	
Semana 10	<b>Tema 5. Seguimiento de la satisfacción del cliente (continuación)</b> 5.5. Estrategias de implantación de CRM 5.6. Indicador clave de rendimiento o KPI 5.7. <i>Funnel</i> de ventas y medición de ROI 5.8. Referencias bibliográficas	
Semana 11	<b>Tema 6. <i>Big data</i> en el comercio electrónico</b> 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. Bases de datos no relacionales 6.3. Datos masivos, interpretación y explotación 6.4. Sistemas de recopilación de datos	Foro: <i>Big data</i> en el <i>e-commerce</i> y en <i>e-business</i> (3 puntos)
Semana 12	<b>Tema 6. <i>Big data</i> en el comercio electrónico (continuación)</b> 6.5. Plataformas tecnológicas de <i>big data</i> 6.6. Vigilancia tecnológica e inteligencia de negocio 6.7. Referencias bibliográficas	
Semana 13	<b>Tema 7. Herramientas, técnicas y <i>software</i> de IN</b> 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. ¿Cómo acceder al <i>big data</i> ? 7.3. <i>Software</i> comercial y <i>open source</i> 7.4. <i>Software</i> de IN para la gestión de datos 7.5. Herramientas de IN	
Semana 14	<b>Tema 7. Herramientas, técnicas y <i>software</i> de IN (continuación)</b> 7.6. Herramienta para cada situación 7.7. Selección de aplicaciones tipo SaaS 7.8. Casos de estudio y análisis de diferentes <i>softwares</i> del mercado 7.9. Referencias bibliográficas	Actividad: Diseño y desarrollo de estrategias de negocio en canales digitales <i>e-business</i> y comercio electrónico (4 puntos)
Semana 15	<b>Tema 8. IN en el comercio electrónico</b> 8.1. ¿Cómo estudiar este tema? 8.2. Inteligencia competitiva 8.3. Interacción y navegación de usuarios 8.4. <i>Funnel</i> de conversión y procesos	

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (10 puntos)
Semana 16	<b>Tema 8. IN en el comercio electrónico (continuación)</b> 8.5. IN en marketing digital 8.6. IN en CRM 8.7. IN en <i>e-commerce</i> 8.8. Revisión de resultados y plan de acción	
Semana 17	<b>Examen final</b>	

**NOTA**

Esta **Programación semanal** puede ser modificada si el profesor lo considera oportuno para el enriquecimiento de la asignatura.

Se consideran **periodo de repaso** los días comprendidos entre el 24 de diciembre de 2018 y el 6 de enero de 2019.