

DESCRIPTORES OPTATIVAS 3º GRADO EN BUSINESS ANALYTICS

- **Derivados Financieros:** la asignatura Derivados Financieros se focaliza en la comprensión y estudio de estos instrumentos financieros, necesarios para la gestión de riesgos financieros, en su versión de precio, crédito y liquidez. Además, se utilizan herramientas tecnológicas de análisis para la identificación y gestión de riesgos, y se aplica la teoría de la probabilidad, la econometría financiera y la modelización y simulación financiera para ayudar en la estimación de los riesgos de contrapartida, y en la gestión eficiente del capital de las empresas financieras y no financieras.
- **Simulación Financiera para empresas e instituciones.** Análisis y simulación financiera para empresas e instituciones internacionales. Uso de las bases de datos de variables macroeconómicas a nivel nacional e internacional, y/o de la empresa, y/o del sector de actividad para identificación, estructuración y seguimiento de las variables generadoras de valor para la monitorización, simulación y predicción de la rentabilidad en sus diferentes versiones, económica, financiera, medioambiental, etc.
- **Marketing digital.** El entorno digital, La Web 2.0 y la Web semántica han cambiado los modelos de negocio y la manera de en las organizaciones se comunican e interactúan con los consumidores. Se proporcionan los conocimientos prácticos necesarios de cara a establecer los objetivos y las estrategias más adecuadas, para seleccionar correctamente las plataformas y canales de comercialización digitales, poniendo especial énfasis en la medición de los resultados de estas acciones y discutiendo cómo integrarlas en el plan de marketing de la empresa para impulsar el negocio. De forma más específica se abordan aspectos como la analítica web, monitorización de Social media, E-Commerce y M-Commerce o experiencia de compra en el entorno digital.
- **Las tendencias globales y la formación del discurso social.** La sociedad de la información y la era digital han multiplicado el interés público por determinados fenómenos en ámbitos muy diversos (medioambiente, sociedad, cultura, gobierno, empresas), promoviendo activamente la construcción del discurso social y sometiendo a determinados agentes a un escrutinio público sin precedentes. En tanto que ese discurso puede afectar a las decisiones de compra y consumo, las empresas deben anticiparse tanto a las tendencias del mercado como a los posibles riesgos derivados de su exposición mediática, desarrollando estrategias eficaces, principalmente en el ámbito de la comunicación.
- **Economía del comportamiento.** Estudia –entre otras cuestiones- las implicaciones de la existencia de creencias, optimismo, exceso de confianza, aversión a las pérdidas, cálculo mental, altruismo y cooperación entre agentes en la economía y la empresa, o la implicación de las mismas en la conducta ahorradora y la formación de precios en los mercados financieros.
- **La revolución digital en la Economía Pública.** Esta asignatura aborda las posibilidades que se derivan de la digitalización en el área de la economía pública, tanto en la gestión

de ingresos y gastos públicos como en la interacción entre Administraciones Públicas y de estas con el resto de agentes de la economía (familias y empresas). Las innovaciones al servicio de las autoridades públicas en términos de sistemas, plataformas y dispositivos tecnológicos, así como la obtención, proceso y tratamiento de datos masivos se convierten en herramientas que posibilitan expandir y redefinir la manera en que operamos dentro de las fronteras de la formulación de las políticas y al servicio de la mejora de la eficiencia y equidad de los resultados fiscales y de las políticas de gasto público.

- **Analítica para la industria del deporte.** La industria deportiva se ha convertido en un boyante sector de actividad económica, en el que se ha desplegado toda una diplomacia deportiva a los niveles nacionales e internacionales y donde intervienen las herramientas de estrategia e inteligencia empresarial, como el *Big Data* y *Machine Learning*. En esta asignatura se estudian las aplicaciones del análisis de los datos de las actividades deportivas como motor de las decisiones empresariales como las referidas a *Fan experience* o concesiones de *streamlining*, entre otras, así como su empleo en áreas como el emprendimiento y la financiación, donde emprendedores y Venture Capital utilizan el resultado de este análisis para la asignación de capital a los diferentes proyectos deportivos. Adicionalmente, los datos generados durante la actividad de los deportistas en muchas disciplinas son ya almacenados para su posterior análisis y visualización facilitando el desarrollo de productos y servicios dirigidos a cara a mejorar el rendimiento y prevenir y minimizar lesiones.