

BIBLIOGRAFÍA

- Brown, E. (2019). *Data Analytics For Businesses 2019: How to Master Data Science with Optimized Marketing Strategies using Data Mining Algorithms, Big Data for Business and Machine Learning*. Edición del propio autor.
- Castells, M. (2005). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura*. Madrid: Anaya.
- Castells, M. (2006). *La sociedad red: una visión global*. Madrid: Alianza Ensayo-Grupo Anaya.
- Ferrari, A. (2017) *Analyzing Data with Power BI and Power Pivot for Excel*. Seattle: Microsoft Press.
- Kumar, D. (2017). *Business Analytics: The Science of Data-Driven Decision Making*. Nueva Jersey: Wiley
- Pachecho, J. (2019). *Business Intelligence con Excel y Power BI*. Barcelona: Marcombo
- *Esic Business & Marketing School*. (12 de febrero de 2020). Recuperado de: www.esic.edu
- *Fundación Telefónica*. Grupo Telefónica. (12 de febrero de 2020). Recuperado de: www.fundaciontelefonica.com
- *Gartner Group*. (12 de febrero de 2020). Recuperado de www.gartner.com
- *Instituto de Ingeniería del Conocimiento*. Universidad Autónoma de Madrid. (10 de febrero de 2020). Recuperado de www.iic.uam.es
- *Tableau*. Software de análisis e inteligencia de negocios. (12 de febrero de 2020). Recuperado de www.tableau.com
- *Power BI*. Microsoft Power Platform. (12 de febrero de 2020). Recuperado de <https://powerbi.microsoft.com/>