

Data Science
y Marketing Digital:
la era de las decisiones
inteligentes

Data Science y Marketing Digital: la era de las decisiones inteligentes

Acerca del programa

La Ciencia de Datos (*Data Science*) es una disciplina de reciente aparición que está revolucionando la forma en que se hacen negocios. Constituye una síntesis de métodos estadísticos y computacionales junto con análisis de negocio y comunicación de la información de manera ágil y pertinente. En una época en donde se dispone de volúmenes de datos sin precedente que proveen información sobre muchas distintas áreas de negocios, la Ciencia de Datos se ha convertido en una necesidad estratégica para la toma de decisiones y el diseño de estrategias eficientes de negocio.

Empresas de áreas diversas como el entretenimiento, la salud, finanzas y muchas más están adoptando técnicas numéricas avanzadas para extraer conocimiento de sus datos y aprovecharlo para tomar decisiones inteligentes y detectar oportunidades antes desconocidas. Sin embargo, la Ciencia de Datos no es trivial de implementar en una compañía: no sólo por la complejidad de los temas que abarca, sino también por la diversidad de los mismos.

Inicio

Agosto 2022

Finalización

Octubre 2022

Clases

Miércoles, 19 a 22 horas.

UADE
BUSINESS SCHOOL

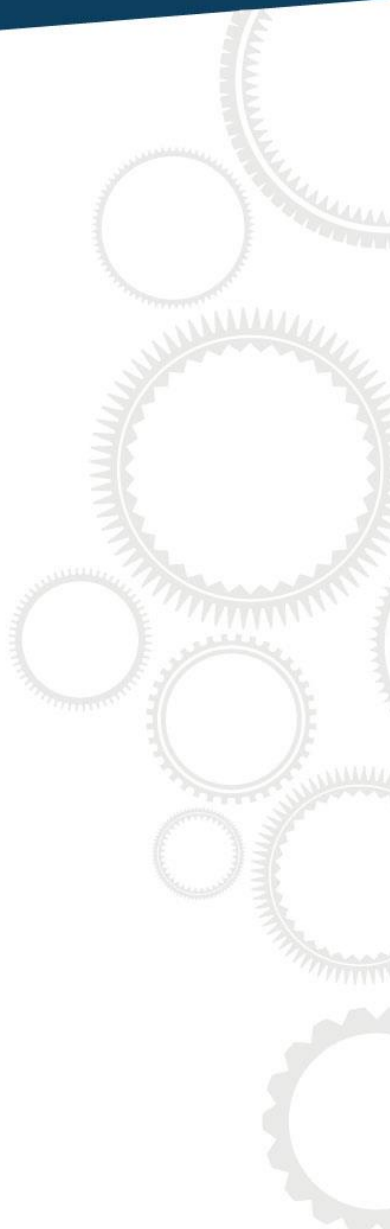
Data Science y Marketing Digital: la era de las decisiones inteligentes



Acerca del programa

La Ciencia de Datos esencialmente involucra un proceso en el cual los datos son transformados en información útil para el negocio. Diseñar una estrategia analítica y conformar un equipo de Ciencia de Datos son tareas que requieren un panorama claro de las metodologías involucradas y una comprensión cabal del proceso antes mencionado. El rol del científico de datos es la pieza fundamental de dicho proceso, pero para asegurar el éxito de la estrategia analítica de la compañía es necesario que la visión de Ciencia de Datos sea compartida no sólo por otros roles técnicos sino también por los responsables de la administración de los procesos y de la aplicación de los conocimientos obtenidos.

Este programa ha sido diseñado como una introducción a este nuevo campo de conocimiento a partir de un enfoque en el que la introducción teórica se complementa fuertemente con la discusión de aplicaciones prácticas. Como caso de aplicación particular se hace énfasis en el Marketing Digital y el diseño inteligente de campañas en Social Media. La propuesta académica permitirá a los participantes la incorporación de nuevas herramientas metodológicas para aplicar con éxito en la conformación de equipos analíticos, el diseño de productos de datos y la selección de tecnologías adecuadas para optimizar la toma de decisiones a partir de los resultados de la Ciencia de Datos.



Data Science y Marketing Digital: la era de las decisiones inteligentes



¿Por qué elegir Educación Ejecutiva en UADE Business School?

- Respaldo de UADE.
- Más de 55 años enseñando gestión de negocios.
- 28 años en la capacitación de líderes y ejecutivos.
- Enseñanza orientada a la Transferencia al Puesto de Trabajo.
- Contenidos asociados a la realidad del participante.
- Desarrollo de mejores prácticas de negocios.
- Toma de decisiones gerencial a través de casos.
- Docentes con vasta experiencia profesional y gerencial
- Infraestructura edilicia de primer nivel.



Data Science y Marketing Digital: la era de las decisiones inteligentes



Beneficios que ofrece el programa de Data Science y Marketing Digital: la era de las Decisiones Inteligentes de UBS

- Mejorar el perfil profesional.
- Obtener herramientas para alcanzar el siguiente nivel en la organización.
- Superarse personal y laboralmente.
- Apalancar el crecimiento.
- Alcanzar nuevos desafíos, proyectos y responsabilidades.
- Desarrollar el potencial creativo e innovador



Data Science y Marketing Digital: la era de las decisiones inteligentes

Objetivos del programa

El curso de posgrado tendrá el objetivo de formar integralmente al participante, de manera que al completar el curso sea capaz de:

- Comprender las distintas etapas del proceso de transformación de datos en conocimiento desarrollado por la Ciencia de Datos.
- Entender el rol que juega la Ciencia de Datos en el Marketing Digital.
- Describir las responsabilidades y tecnologías involucradas en cada paso del proceso de transformación de información en conocimiento,
- Planificar proyectos de analítica avanzada en Marketing Digital, identificando los datos necesarios y estableciendo objetivos cuantitativos.
- Conformar equipos de trabajo analíticos adecuados al plan estratégico de negocio de la organización.
- Describir maneras en las cuales el análisis de redes sociales puede usarse para ganar insights de Marketing.
- Explicar qué es el Machine Learning y cuáles son sus casos de aplicación.
- Conocer cómo distintas técnicas avanzadas pueden usarse para obtener insights sobre el comportamiento de clientes.

Metodología innovadora de enseñanza

- a) Foros de análisis, investigación y debate colaborativo de temas (individual o grupal).
- b) Trabajos en Equipo con transferencia al contexto puesto/ área/ organización/sector/ industria.
- c) Lectura de capítulos de libros, artículos de publicaciones de negocios y notas técnicas.

Destinatarios

El curso está dirigido a todos aquellos profesionales que tengan un rol de gestión en el diseño de estrategias analíticas y la implementación de equipos y proyectos que contengan un componente de Ciencia de Datos, con particular interés en la aplicación a las campañas de Marketing en Social Media.



Data Science y Marketing Digital: la era de las decisiones inteligentes

Plan de estudios

Unidad 1 – Introducción a la Ciencia de Datos

Definición del área de Ciencia de Datos y sus procesos clave: obtención de información, procesado, machine learning, productos de datos. Relación con Big Data e Inteligencia Artificial. Ejemplos de aplicación. Equipos de Ciencia de Datos, perfil del científico de datos. Administración de proyectos de Ciencia de Datos: establecer objetivos y metodologías.

Unidad 2 – Marketing Digital y Social Media

Decisiones inteligentes en Marketing Digital. Asegurar la obtención de resultados con valor de negocio a través de la utilización de Adwords. El rol de las redes sociales y herramientas para su análisis. Métricas de calidad: elegir las adecuadas al caso de uso. Complejidad de modelos: balance entre costo y beneficio. Resultados versus expectativas. Crear y mantener ventaja competitiva a partir del análisis de la información obtenida en la planificación y ejecución de campañas en Social Media. Tecnologías relevantes y casos de aplicación.

Unidad 3 – Analítica para el Marketing Digital

Fuentes de datos. Validación y problemas. Principios del análisis exploratorio. Visualizaciones. Importancia de la reproducibilidad. Business Intelligence (BI) y su relación con Ciencia de Datos y Big Data. Tipos de visualización de datos. Diseño y selección de la visualización en función de la audiencia. Minería de datos y bases de datos extremadamente grandes. Análisis de herramientas.

Data Science y Marketing Digital: la era de las decisiones inteligentes

Plan de estudios

Unidad 4 - Introducción al Machine Learning

Métodos de aprendizaje: supervisado, no supervisado. Diferentes tipos de métodos de Machine Learning: modelos lineales, árboles de decisión, clustering, motores de recomendación, redes neuronales. Problemas de clasificación, scoring, descubrimiento de patrones. Reseña de algoritmos adecuados a distintos problemas. Cómo seleccionar datos para entrenar modelos y cómo evaluar la efectividad de los mismos. Herramientas de Ciencia de Datos y plataformas de Machine Learning as a Service (MLaaS).

Unidad 5 - Ejemplos de Aplicación

Casos prácticos de aplicación de métodos de Machine Learning. Procesado y preparación de datos. Selección de predictores. Segmentación de clientes, predicción de valor futuro, prevención de pérdida de clientes. Modelar las elecciones de los clientes. Evaluación de resultados y ajuste de modelos.

Unidad 6 - Big Data e Inteligencia Artificial

Características de Big Data: volumen, variedad, velocidad, veracidad y valor, y cómo aplican a fuentes de datos para Marketing. Análisis de datos en la nube y arquitecturas distribuidas. El surgimiento de la Inteligencia Artificial. Estado del arte en el área. Avances en visión por computadora y procesamiento de textos. Servicios de IA disponibles en plataformas de MLaaS. Limitaciones y consideraciones éticas. Futuras direcciones tecnológicas.



Data Science y Marketing Digital: la era de las decisiones inteligentes

Cuerpo docente

Tecce, Tomás

Profesor de Ciencias de Datos en UADE Business School.

Doctor en Física, UBA.

Se desempeñó como investigador postdoctoral en astrofísica computacional en CONICET y en la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Actualmente se desempeña como Data Scientist Senior en Globant, empresa en la cual ha participado en proyectos de aplicación de ciencia de datos y big data en áreas como finanzas, educación, industria médica e inteligencia artificial.

Ozu, Pablo

Profesor de Marketing y Marketing Digital en UADE Business School.

MBA, Universidad del CEMA.

Licenciado en Relaciones Públicas, Universidad John F. Kennedy.

Posgrados en la Industria de Entretenimiento y los Medios, Universidad de Palermo.

Es especialista en Marketing de Entretenimientos con proyectos realizados en la industria en espectáculos musicales, de diseño, TV y cine.

Director General de cuentas en Comacs Argentina SA, agencia de marketing especializada en Digital Marketing, Contact Center y BTL Tecnológico. Consultor de marketing y speaker especializado en marketing digital y marketing ortodóntico, con múltiples seminarios dictados en Buenos Aires, Perú, Uruguay, Chile, El Salvador y Colombia, entre otros.

Data Science y Marketing Digital: la era de las decisiones inteligentes

Requisitos de Admisión

- Completar la solicitud de Admisión.
- Presentar Currículum Vitae
- Entrevista de admisión, en caso de ser requerida.

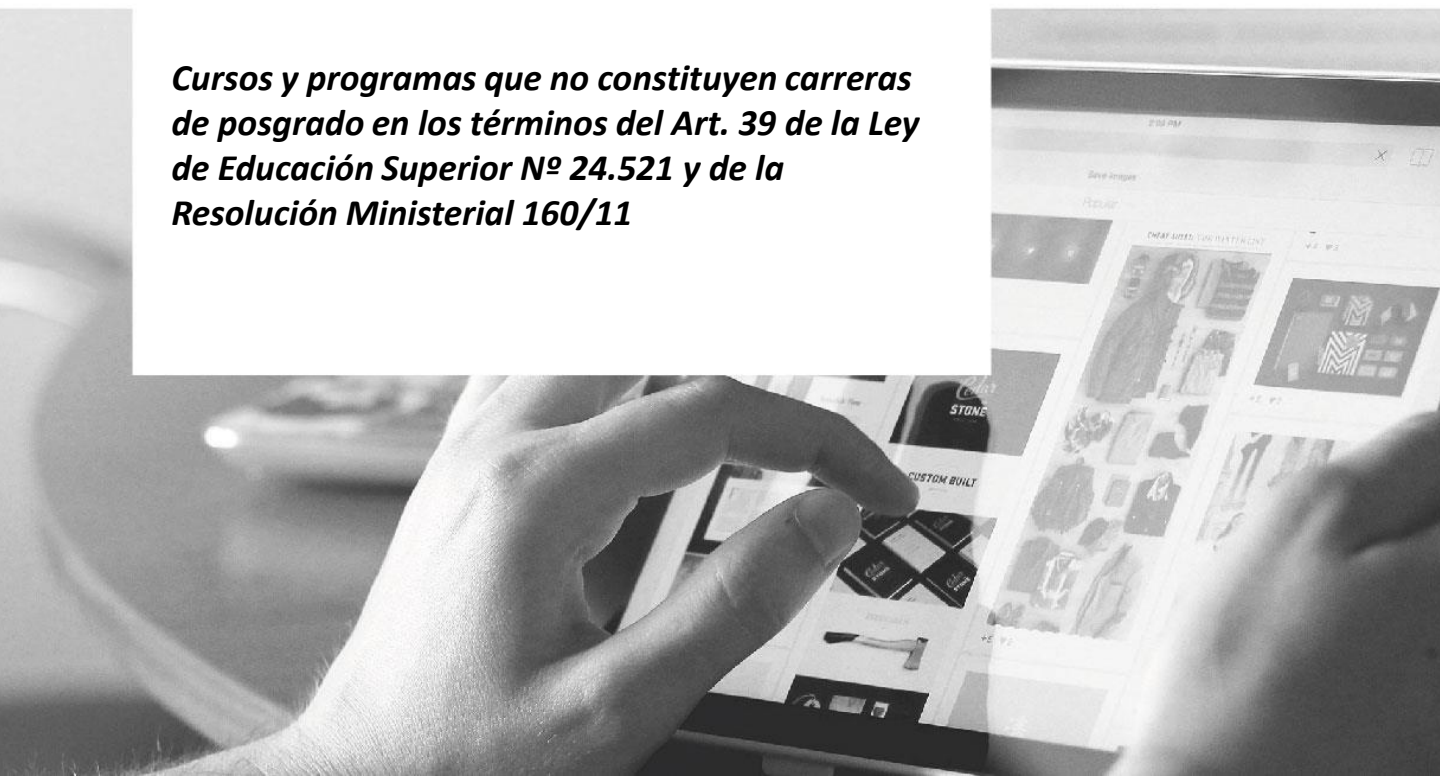
Certificación

Quienes cumplan con el 75% de asistencia recibirán un certificado de completud del programa.

Valor y forma de pago del programa

Consultar a: posgrados@uade.edu.ar

Cursos y programas que no constituyen carreras de posgrado en los términos del Art. 39 de la Ley de Educación Superior N° 24.521 y de la Resolución Ministerial 160/11





UADE

BUSINESS SCHOOL

Admisiones de Posgrado

(54-11) 4000-7666

posgrados@uade.edu.ar

www.uade.edu.ar/sites/business-school/capitacion-ejecutiva/



UADE Business School: Lima 775 (CABA)