

BIG DATA ANALYTICS FOR EXECUTIVES

OVERVIEW

Hoy en día está extendido el principio de que “los datos son el petróleo del Siglo XXI”. Las modernas técnicas de análisis de datos están permitiendo que muchas organizaciones recopilen más y más información acerca de sus clientes, operaciones y sus productos. Las empresas que utilizan y aprovechan esta valiosa fuente de ventaja competitiva son capaces de generar nuevos modelos de negocios.

Big Data Analytics for Executives dota a los participantes con el conocimiento práctico sobre cómo explotar la información al alcance de una empresa para tomar mejores decisiones y anticiparse a las dinámicas de los mercados.

Antes los datos eran una consecuencia de los procesos, hoy los procesos se derivan de los datos y es responsabilidad de los líderes llevar a sus organizaciones a convertirse en empresas “Data-Driven”.

A QUIÉNES ESTÁ DIRIGIDO

Directores Generales, Directores Funcionales, Chief Data Officers, Directores de Inteligencia de Negocios, Directores de Marketing, Directores de Transformación, de Innovación, etc.

MÁS INFORMACIÓN

www.seminarium.com.mx

Tel. (55) 9172.2180
informacion@seminarium.com.mx

26 y 27 de Junio, 2018

Stadia Suites Santa Fe, CDMX



BENEFICIOS

Descubrir el valor potencial de la información asociada a su modelo de negocio actual: clientes, mercado, competencia, bases internas de información (CRM, ERP, DataWarehouse, etc.) y procesos tanto operativos como de negocio.

Crear valor para los clientes a partir de los datos como activo estratégico y capturar valor para la empresa.

Adquirir una visión actualizada de las últimas tecnologías y tendencias en inteligencia de negocio y analítica avanzada de datos.

Diseñar una estrategia de datos y crear un programa de transformación hacia una empresa “Data Driven”.

BIG DATA ANALYTICS FOR EXECUTIVES

PROGRAMA

Fundamentos de "Data Analytics".

- El Data Warehouse tradicional: Evolución de las tecnologías de Inteligencia de negocio (sistemas de información tradicionales y GIS). Nuevas necesidades.
- Analítica con Big Data: un cambio en la forma de adquirir el conocimiento. El aprendizaje de las máquinas y la inteligencia artificial, a través de ejemplos. Recursos: open data, open software.

Tecnologías "Big Data": Estado del arte.

- Data: Modelos de datos, modelos de almacenamiento, modelos de procesamiento (map-reduce, big query, big streams y large-scale graphs).
- Gestión de Big Data: Ciclo de adquisición, integración, procesado y análisis de los datos ad hoc.

"Big Data" e inteligencia de negocio:

- Estrategias de integración "Data Warehouse" y Big Data: escenarios de despliegue aplicados en casos reales.
- Generación de Inteligencia de negocio y consumo en nuevas interfaces (visualización, lenguaje natural y realidad aumentada).

"Predicting consumer tastes with Big

Data at GAP". (Harvard Business School).

- Discusión por método del caso (Lectura Previa)

Creación y captación de valor a partir de "Big Data":

- Modelos de negocio "Data Driven". Marketing predictivo. Capturando y analizando datos de "social media". Eficiencias operativas basadas en "big data".
- Casos de estudio enfocado a las soluciones sectoriales: eHealth, Automoción, Fabricación, Retail, Administración Pública y Smart Cities, Energía, Transporte y Logística, Tecnología y comunicaciones.

"Volkswagen Group: Driving Big Business with Big Data". (Harvard Business School).

- Discusión por método del caso (Lectura Previa)

Del "Big Data" al "Smart Data".

- El análisis estadístico y el Machine Learning. Generación de modelos: identificación de variables, selección del algoritmo y optimización de parámetros. Algoritmos de aprendizaje y de Análisis Espacial. Modelos de agentes y dinámica social.
- 'Data as a Service': Sistemas de información como servicio de inteligencia de negocio en la organización y generador de nuevos productos y servicios (plataformas web y APIs).

Transformación digital hacia una compañía "Data Driven".

PROFESOR



Juan Miguel

Poyatos

ESADE Business School
Deusto Business School

Juan Miguel es Executive- MBA por el IESE Business School (Universidad de Navarra).

Como consultor a nivel dirección asesora y dirige proyectos en materia de transformación digital y "go to market", modelos de negocio innovadores para grandes empresas globales en los sectores de Tecnología de la Información, Telecomunicaciones, Finanzas, Energía, Farmacia, Sanidad y Retail.

Como Académico en Educación Ejecutiva imparte cátedra en el Executive MBA de la Deusto Business School (Universidad de Deusto), en el Master de Ingeniería Industrial de la Universidad Europea de Madrid y en los programas de desarrollo directivo de ESADE Business School e IESE Business School.

Ha ocupado puestos ejecutivos en ONO, Cable & Wireless y Hewlett Packard.

Participa como facilitador y dinamizador de comités de dirección y programas para ejecutivos adoptando en sus sesiones un enfoque que conjugue la generación de sentido de urgencia e ilusión, la búsqueda de compromiso por parte de todo el equipo y una orientación fuertemente ejecutiva.