

CURSO ONLINE BUSINESS ANALYTICS

Grupo Lambda
2020

1. Profesor

MSc. Jorge Brian Alarcón Flores

Senior Data Scientist en Alicorp. Es MSc. en Computer Science por la Pontificia Universidad Católica del Perú - PUCP, Licenciado y Colegiado en Estadística por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos - UNMSM. Ha trabajado en Interbank y la consultora Nielsen. Además, cuenta con especializaciones en Business Intelligence & Big Data, Marketing Analytics, Machine Learning, y Deep Learning. Su ámbito de interés es el análisis de información y la inteligencia artificial.

2. Objetivos del curso

- Proporcionar al estudiante aplicaciones prácticas de analítica de negocios con técnicas en Marketing Analytics, Retail Analytics, Pricing Analytics y Financial Analytics.
- Brindar al estudiante las herramientas de programación en el software Python y R aplicado en la analítica de negocios (Business Analytics).
- Uso intensivo de bases de datos de empresas de Retail, Financieras y Servicios Públicos.

3. Descripción del curso

Business Analytics es un conjunto de habilidades, tecnologías y metodologías para la exploración de datos, desarrollo de nuevos insights y entendimiento de los negocios basados en datos y métodos estadísticos.

En este curso se estudiarán las técnicas de la analítica de negocios aplicados a la segmentación de clientes, modelos de retención de clientes, market basked analysis, visualización de insights, entre otros aplicados a diferentes tipos de negocios como el retail sales, marketing, pricing & financial analytics.

Para el desarrollo de las aplicaciones de Business Analytics se utilizará, principalmente, Python y/o R.

4. Requisitos

Conocimiento básico de Python o R.

5. Metodología

- El curso consta de 16 horas lectivas. Las sesiones consistirán en exposiciones del Docente y resolución de casos mediante técnicas de Business Analytics.
- Se otorgará un certificado a nombre de la institución por la participación en el curso. Además, de un trabajo integrador opcional para la emisión de un certificado de aprobación a nombre de la institución.

6. Contenido

6.1 Analítica de Negocios (Business Analytics)

6.1.1 Descriptive and Predictive Analysis (2 horas)

- Identificación del problema y tratamiento de datos
- Análisis descriptivo univariado y correlacional
- Estrategias de visualización de datos y generación de insights
- Análisis de regresión bivariada y multivariada

6.1.2 Marketing Analytics (6 horas)

- Identificación y construcción de métricas / KPIs
- Segmentación de clientes: Análisis factorial
- Segmentación de clientes: Análisis clúster (K-means)
- Segmentación de clientes: Análisis RFM
- Customer Lifetime Value (CLV)
- Análisis de retención de clientes
- Generación de campañas: selección de muestra y medición del impacto.

6.1.3 Retail Analytics (4 horas)

- Reglas de asociación de productos: Market Basked Analysis
- Sistemas de recomendación: Next Best Product
- Planificación de la demanda: Series de tiempo
- Planificación y optimización del stock

6.1.4 Pricing & Financial Analytics (4 horas)

- Análisis de elasticidad y sensibilidad de precios
- Modelos de volatilidad
- Introducción a los modelos estocásticos financieros

Lima, mayo de 2020