

# Curso de **Big Data para Marketing**

- STREAMING -



Inicio  
23/05/2022



40 h.



550 €

LIVE

Clases en  
directo



**KSCHOOL**

[www.kschool.com](http://www.kschool.com)

# Curso de Big Data para Marketing

LIVE

MODALIDAD  
STREAMING

El Big Data ha irrumpido con fuerza y, el gran potencial de impacto en las cifras de negocio que prometen estas tecnologías ha hecho que empresas de todo tipo demanden conocimientos sobre Big Data con un perfil menos técnico.

La cultura del dato se ha impuesto en la estrategia empresarial de grandes y pequeñas empresas, y los profesionales con cultura de datos que sepan integrar un enfoque Data Driven en su estrategia de marketing son los más demandados y los que más proyección laboral tienen.

**El curso de Big Data para Marketing pretende acercar el fenómeno del Big Data a aquellos profesionales del marketing que no necesariamente quieren convertirse en data scientist, programadores o arquitectos Big Data**, pero que necesitan formarse en áreas como el Data Driven Marketing, el BI, CRM, Visualización, Customer Analytics o la publicidad y el ecosistema programático.

A lo largo del curso, aprenderás los fundamentos del Big Data, Business Intelligence y Customer Analytics para desarrollar estrategias Data Driven y sacar el máximo partido a estos datos.

## Vamos donde nos digas

Nos lo habéis pedido, nos lo habéis suplicado y por fin os damos la oportunidad de aprender con KSchool desde cualquier lugar. La **modalidad Streaming** es para los que quieren formarse por medio de una plataforma online pero siguiendo nuestro método presencial.

Será como colarnos en vuestras casas para enseñaros de la mano de los mejores expertos del sector digital todo lo que necesitáis saber convertirnos en los mejores profesionales.

Por supuesto, en el aula virtual podréis preguntar y resolver vuestras dudas y asistir a clases donde las prácticas tienen una gran importancia. Demuestra de lo que eres capaz.

# Objetivos

1. Aprenderás a definir modelos de datos que automaticen y te ayuden a tomar decisiones de negocio.
2. Conocerás las técnicas y herramientas que actualmente se utilizan para capturar, procesar, clasificar y explotar datos.
3. Podrás conocer el día a día de un Data Scientist y cómo poder trabajar de forma ágil y eficaz con departamentos de Big Data.
4. Descubrirás cómo integran empresas pioneras sus datos (on/off) para guiar sus estrategias de negocio y marketing.
5. Conocerás qué avances y novedades se están aplicando en sectores muy variados (B2B, B2C) para detectar nuevas oportunidades de negocio.

# Perfil del alumno

Este curso está especialmente dirigido a profesionales con, al menos, dos años de experiencia, que deseen incorporar análisis y estrategias Big Data en el plan de marketing, comunicación y desarrollo de negocio de su compañía.

- Directores y responsables de marketing.
- Responsables de ecommerce.
- Responsables de CRM.
- Profesionales de Business Intelligence (BI).
- Consultores CRM.
- Analistas digitales.

No es necesario saber programar, ya que este curso no se centra en la implementación. En cambio, sí es recomendable experiencia previa en análisis de datos, BI y/o herramientas CRM.

# Temario

## Módulo 1: Introducción al Big Data y Data Science. Data Governance.

### Módulo 2: Data Analytics.

Durante los dos últimos años hemos generado más datos que en toda la historia. No obstante, menos de un 1% de los datos son propiamente analizados.

El dato digital es el principal causante de este crecimiento exponencial, no obstante, son pocas las empresas que son capaces de obtener información e insights de los mismos. Aquellas compañías que consigan exprimir la potencialidad del dato, generarán fuertes ventajas competitivas en los mercados en los que operen.

Durante la sesión, veremos los principales retos del digital Analytics, así como casos de uso avanzados de empresas referentes en el Sector.

#### • **Medición y atribución**

Retos principales en la medición digital:

- Definición del KPI.
- Interconexión mundo Online/Offline.
- Usuario multidispositivo y multicanal.
- Silos de información.

Modelos avanzados de medición:

- Modelos de Atribución digital.
- Media Mix Models.
- Experimentos de incrementalidad.

Caso práctico: Definición de budget Empresa SA.

#### • **Cloud For Marketing y predictive Analytics en Digital**

- Utilización de tecnología Cloud para casos de usos avanzados de digital Analytics. Descripción de Cloud For Marketing
- Aplicación de Modelos LifeTimeValue
- Aplicación de modelos de propensión a compra

Caso Real: Iberia Utiliza Machine learning en sus Audiencias

### Módulo 3: Data Visualization.

Cualquiera que trabaje con datos debe saber cómo presentar su análisis de manera efectiva a las personas que tomarán decisiones basadas en los datos. Y no es tan simple como lanzar gráficos a las personas. Necesitas

saber crear narrativas visuales que realmente conecten e involucren a las personas con tus datos.

En este curso, cubriremos la visualización de datos y las mejores prácticas de data storytelling, todo con el objetivo de convertir un conjunto de datos en bruto en una presentación narrativa convincente que resuene en tu audiencia.

### • **Visualización de datos para Negocio y Marketing**

Introducción a la visualización de datos:

- Cómo preparar datos,
- Conocer nuestros datos
- Cómo analizarlos y explorarlos a través de visualizaciones

De datos a contenidos visuales:

- Conocer los principios de visualización
- Sintetizar visualmente la información
- Aplicar herramientas visuales a la toma de decisiones

### • **Storytelling aplicado a los datos**

Metodología para comunicar información, adaptada a un público específico, con una narrativa convincente:

- Cómo contar historias con datos. Desde preguntas y datos a argumentos visuales utilizando datos.
- Técnicas para agregar contexto.
- Técnicas para medir el impacto de la narración basada en datos para una audiencia en particular con un conjunto de objetivos.

## **Módulo 4: Data Driven Marketing.**

En un mundo cada vez más competido, el análisis de los datos y la toma de decisiones basado en el conocimiento obtenido a través de los datos, se convierte en un pilar fundamental para la supervivencia de cualquier empresa.

A pesar de esto, según un estudio realizado por IBM, más del 80% de los responsables de marketing toman sus decisiones basándose en la experiencia.

Alcanzar una cultura de empresa data driven es un proceso continuo y complejo, que comienza con la obtención del dato y el tratamiento necesario para convertirlo en información. Con la gestión y análisis de la información obtenemos el conocimiento necesario para decidir los proyectos más importantes para nuestro negocio. Y con el Big Data y machine learning llegamos a las herramientas avanzadas para obtener el producto final que nos permitirá mejorar nuestros KPIs.

A lo largo de este módulo, veremos las diferentes etapas que tiene la implementación de un proyecto data driven, los recursos necesarios y el equipo multidisciplinar. Todo ello a través del funnel de usuario y el ciclo de vida de un cliente. Por último, analizaremos las diferentes herramientas avanzadas que podemos utilizar para la mejora de los kpis, con casos de uso reales.

- **Introducción Data Driven Marketing**

- Contexto de la importancia de los datos
- Business Intelligence vs Área predictiva
- Toma de decisiones en función del estado de madurez

- **Cómo implantar un proyecto Data Driven Marketing**

- Definir un plan de acción
- Definición de los objetivos
- Definición del alcance
- Equipo de trabajo
- Conocimiento del dato
- Exploración del dato

- **Fases de un proyecto Data Driven Marketing**

- Definición del problema / Selección de hipótesis
- Selección y limpieza del dato
- Análisis exploratorio y construcción del MVP
- Construcción del modelo / Visualización
- Testing del modelo
- Industrialización

- **Errores típicos en el análisis de los datos**

- Selección de la muestra representativa
- Outliers
- Referencia
- Causalidad

- **Data driven Marketing a través del funnel del usuario / cliente**

- Adquisición
- Activación
- Retención
- Monetización
- Post Venta
- Recomendación
- Conceptos generales

- **Tipos de datos en Big Data**

- First Party Data

- Second Party Data
- Third Party Data

- **Herramientas para aplicar Data Driven Marketing**

- Segmentación / Clustering
- Campañas de optimización de marketing
- CLTV / Tasa de fuga
- Sistemas de recomendación
- Optimización de ventas
- Previsión de la demanda

## **Módulo 5: Customer Analytics.**

En los últimos años, las empresas han comenzado a descubrir el valor potencial que tienen los datos generados durante la propia operación y la interacción con los clientes.

Estos datos se encuentran típicamente en diferentes sistemas (CRM, ERPs, Digital Analytics...) y gracias a la proliferación y abaratamiento de soluciones de almacenamiento Cloud (Datalake) y al desarrollo de nuevas técnicas y algoritmos de Machine Learning, pueden ser analizados para la obtención de todo tipo de insights, segmentaciones y scorings de propensión que ayuden a la empresa a eficientar los diferentes procesos de negocio

En este módulo veremos las diferentes formas de extraer valor para la empresa a partir de los datos de los clientes, sin olvidarnos del otro gran reto: utilizar estos datos para aportar también valor al cliente y trasladar una experiencia excelente y consistente en los diferentes canales.

- **El conocimiento del cliente como activo de negocio y ventaja competitiva Tipos de datos y atributos de cliente**

Diferentes formas de extraer valor de los datos de clientes:

- Obtención de Insights y KPIs
- Activación del dato

- **Analítica de Cliente**

Diferentes técnicas y tipos de análisis Selección y priorización de casos de uso Análisis del valor de cliente:

- RFM
- Customer Life Time Value

- **Medición de Retención:**

- Churn
- Análisis de Cohortes

- **Medición de la Experiencia de Cliente:**

- Cuantitativos: NPS, Satisfacción, Customer effort, Engagement...
- Cualitativos: Customer Journey, Focus, entrevistas...

## • **Activación del dato de cliente en el ecosistema MadTech (Marketing and Advertising Technology)**

- DMP (Data Management Platform)
- Ecosistema MadTech
- El dato como enabler para la personalización y la omnicanalidad
- Análisis y Optimización del Funnel de Conversión (CRO) Medición de la conversión. Funnel de Conversión
- Ciclos de mejora continua: Hipótesis, Test, Medición, Implementación
- CRO en Digital: Test A/B, Personalización y Herramientas CRO y Testing
- Conversión cross-canal: ROPO

## **Módulo 6: CRM.**

## **Módulo 7: Modelos de segmentación y clustering. Modelos de Scoring.**

### • **Modelo matemático**

- Qué es
- Objetivo
- Ejemplo de un modelo
- Principales variables
- Medición del modelo
  - Conjuntos train y test
  - Matriz de confusión

### • **Machine Learning**

- Definición
- Tipos de aprendizajes
- Modelos de clasificación
  - Entendimiento de su funcionamiento a través de un ejemplo
  - Técnicas más comunes
  - Caso particular: Modelo de scoring
- Modelos de segmentación
  - Objetivo
  - Utilidad
  - Segmentaciones más comunes
  - Técnicas usadas
  - Segmentación estratégica

Caso de uso.

Ejemplos de aplicación.

## **Módulo 8: Business Cases.**

# Modalidad Streaming

El formato Streaming te permitirá vivir la experiencia presencial, desde tu casa: un profesor/a se conectará en directo para impartir su clase y responder preguntas y proponer ejercicios prácticos. Será como estar en KSchool pero desde la silla de tu escritorio.

La formación y el contenido es exactamente el mismo que encontrarías en el formato presencial.

Una vez realices la inscripción al máster o curso el equipo de KSchool se pondrá en contacto contigo para facilitarte toda la información para que puedas conectarte y resolver las dudas que puedan surgir.



CLASES **EN DIRECTO**,  
QUE TAMBIÉN SE  
GRABARÁN



MISMAS HORAS,  
MISMO TEMARIO,  
**MISMA FORMACIÓN**

## Requisitos

Ganas de aprender y una buena conexión a Internet. Si tienes un ordenador y estabilidad en la red no tendrás ningún problema en seguir las clases. La plataforma que utilizamos no necesita de ningún requisito extraordinario.

En caso de que necesites usar cualquier programa o aplicación para seguir el contenido del máster y/o curso te avisaremos y daremos todas las instrucciones.

Eso sí, asegúrate de contar con un ordenador en el que tengas todos los permisos de administración. En ocasiones los dispositivos de empresa pueden bloquear la instalación de programas o herramientas.

# Preguntas sobre el streaming

## **¿Hay una hora para conectarse a las clases streaming?**

Mantenemos nuestros horarios, así que dependiendo del máster o curso deberás conectarte el día y a la hora en la que se imparten tus clases. En el apartado de horario de este documento o en la web puedes consultarlo.

## **¿Es diferente el contenido impartido en presencial vs streaming?**

No. Los profesores imparten el mismo temario adaptado a la modalidad live streaming, por lo que el nivel de la formación es el mismo.

## **¿Puedo interactuar con el profesor y los compañeros durante el streaming?**

Por supuesto. A diferencia de la formación online, la modalidad en streaming te permite tener la misma interacción con profesores y compañeros que la que tendrías en persona.

La ventaja del formato streaming es que es igual que estar en clase, pero desde tu ordenador. Las clases son en directo por lo que puedes preguntar a los profesores cualquier duda que tengas al momento.

## **¿Qué pasa si no puedo asistir a alguna clase?**

No te preocupes. Si no puedes asistir a alguna clase, podrás volver a verla desde el Campus Virtual, ahí encontrarás la grabación de todas las sesiones.

# Profesores

## Director del Curso de Big Data para Marketing



### Álvaro Gutiérrez de Cabiedes

Project manager - Digital Sales & Marketing en BBVA  
Exalumno KSchool



### Pedro Poveda

Manager, Data & Analytics at Amadeus



### Josu Murga

Manager Advanced Analytics en BBVA



### Nadia Fankhauser

InfoVis & Data Visualization Designer en El Arte de Medir  
Exalumna KSchool



### Alberto Sánchez Mayo

Customer Analytics & DMP en Endesa



### Mónica Fitiila

Process Analyst Manager en Japan Tobacco International



### Francisco José Sánchez

Data & Analytics Responsable en Heineken España, S.A.



### Álex Urcola

Data Analytics Consultant en Google  
Exalumno de KSchool

# Calendario

**INICIO**  
del curso  
**23** mayo

**FIN**  
del curso  
**16** junio

## Mayo 2022

L	M	X	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
<b>23</b>	<b>24</b>	<b>25</b>	<b>26</b>	27	28	29
<b>30</b>	<b>31</b>					

## Junio 2022

L	M	X	J	V	S	D
		<b>1</b>	<b>2</b>	3	4	5
<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	10	11	12
<b>13</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

**HORARIO:** De lunes a jueves  
18:30 a 21:00 h | GMT +2

# Inscripción y precio



Precio: **550 €**

**¡RESERVA  
TU PLAZA!**



Nuestros cursos y masters tienen un número de **plazas limitadas**. Asegúrate de reservar la tuya.

Todos nuestros cursos son bonificables a través de la **Fundación Estatal para la Formación en el Empleo** (FUNDAE, antigua FUNDACIÓN TRIPARTITA).

Consulta con nosotros en caso de que tengas alguna duda sobre la gestión ¡Estaremos encantados de ayudarte!

**¡Bonifica  
a través de  
FUNDAE!**

# Cómo lo hacemos

---

**La filosofía de KSchool es «ponte con...».** Esto quiere decir que te vas a tener que remangar y ponerte a trabajar.

Nuestro modelo de formación LEAN te va a permitir practicar todo lo que aprendes.

**En KSchool, adaptamos el concepto LEAN a los estudios;** apostamos por esta filosofía de formación LEAN, desarrollando un formato de cursos con la esencia del conocimiento y la práctica en cada materia.

**Esto garantiza una máxima especialización y empleabilidad.** Esta filosofía de formación nos permite desarrollar cursos muy especializados, sin más horas de las necesarias. El resultado: **el alumno no paga de más por horas improductivas** y puede poner en marcha sus nuevas habilidades y conocimientos en el menor tiempo posible.

Este mismo método es el que seguimos y defendemos desde nuestra **modalidad Streaming**. Clases prácticas y una formación adaptada a los nuevos tiempos, actualizando los contenidos y contando con los mejores profesionales en cada área para formar a los futuros analistas, data scientist, diseñadores UX, SEOs, etc.



# Apoyo profesional y empleo

En KSchool nos gusta definirnos como una escuela de oficios digitales y una de nuestras principales misiones es ayudar a encontrar empleo a aquellos que buscan reciclarse o acceder a un nuevo sector.

**Nuestra tasa de empleabilidad es del 96 %.** Prácticamente la totalidad de los alumnos que pasan por nuestras aulas consiguen un empleo.

## Bolsa de empleo

Desde el comienzo de tu formación, te damos acceso a la bolsa de empleo, donde **más de 1.200 empresas** registradas buscan de forma habitual perfiles digitales formados en KSchool.

Al año recibimos **más de 750 ofertas de empleo** para todo tipo de perfiles y experiencia. En total hemos gestionado en KSchool más de 6.700 ofertas de empleo a lo largo de nuestros años de funcionamiento.

## Networking

Como antiguo alumno tendrás acceso en exclusiva a eventos y seminarios organizados por KSchool. Además tendrás un 10% de descuento en cualquiera de los cursos, tanto en presencial como en live streaming, de KSchool para cuando quieras seguir formándote.

# Testimoniales



## **Coral García**

Data Scientist en BBVA

*“El Máster de Data Science de KSchool es el más técnico del mercado. Además, da muchas facilidades para hacerlo a la vez que trabajas, y tiene muy buena calidad tanto en contenidos como en los profesores.”*



## **David Piris**

Senior Data Engineer en CEPSA

*“El Máster de Big Data enseña tecnologías que se están empleando en el día a día de las empresas. Es un Máster que constantemente se está actualizando con tecnologías emergentes y disruptivas en el mercado”*



## **Israel Herraiz**

Strategic Cloud Engineer en Google

*“El Máster de Data Science logra que el alumno termine la formación con el perfil de Data Scientist que las empresas están demandando en este momento.”*



## **Antonio Almagro**

Data Engineer en Amadeus IT

*“KSchool ofrece la posibilidad de aprender un montón de cosas en un tiempo muy corto. Te ayuda a enfocar y reconducir tu carrera y todo lo que te enseñan tiene una aplicación directa en el mundo de la industria.”*



## **Víctor Peinado**

Senior NLP/ML Engineer en Reply.ai

*“El Máster de Data Science de KSchool permite a los alumnos de diferentes áreas adquirir conocimientos aplicables. La mayor parte de los alumnos encuentran trabajo o mejoran su posición nada más terminar.”*



## **Ester Llorente**

Ingeniero de sistemas en ISDEFE

*“El Máster de Data Science es muy amplio en contenidos, ya que se tocan todos los palos. Además, los profesores son casi todos doctorados pero que trabajan en empresas. Las prácticas han sido desde el minuto uno, y eso a la larga es muy bueno.”*



## **Diego García**

CDO WEPLAN

*“Los profesores del Máster de Big Data de KSchool son profesionales del sector con un perfil muy técnico que logran que inculcar los conocimientos de las diferentes tecnologías.”*

# Números de KSchool

Nacimos en 2011 con una idea en la cabeza: formar a los nuevos perfiles profesionales que la red demanda de forma constante y hacerlo de la mejor forma posible. Por ello, nos definimos como “La escuela de los profesionales de Internet”.

La experiencia y los grandes profesionales con los que contamos como profesores nos avalan. Como siempre decimos, en ciertos sectores a día de hoy, el valor no lo aporta un título si no lo que el profesional sabe hacer.



# Manifiesto

---

- Si el sistema no está preparado para darnos el conocimiento que necesitamos lo vamos a conseguir por nuestra cuenta.
- Hoy, en ciertos sectores el valor no lo aporta un título. Lo aporta lo que cada profesional sabe hacer.
- Si dependemos de nosotros mismos, vamos a pensar por nosotros mismos.
- No queremos, ni podemos sentarnos a esperar a que alguien se fije en nosotros.
- No hay ningún mapa. Debemos hacer nuestro camino, y es un camino que muchas veces no ha sido explorado, pavimentado, ni señalizado.
- Nuestro conocimiento es la clave de nuestro desarrollo personal y profesional.
- Todo el mundo tiene algo que enseñar. Queremos aprender todos de todos.
- En el mundo del conocimiento, cuanto más se comparte más se tiene.
- Lo que aprendemos es lo que practicamos.
- Especializarse es ponerle un apellido a nuestra profesión. Es echarle especias a nuestro ingrediente principal.
- Queremos construirnos un futuro fuera del rebaño. Para eso vamos a pensar y hacer las cosas de forma diferente.
- No vamos a seguir instrucciones a ciegas, no vamos a ser pelotas, no vamos a mantener la cabeza agachada. Esas formas no van con nosotros.
- Vamos a estar siempre en movimiento. No vamos a parar de movernos. Somos inquietos, y nos gusta ser así.
- Como queremos resultados diferentes, vamos a hacer las cosas de forma diferente.
- Las pirámides son monumentos funerarios. Nos divierte verlas en los libros de historia, no sufrirlas en nuestro trabajo.
- Nuestro mercado no es el de los empleos. Es el de las oportunidades.
- Queremos colaborar con nuestras empresas a generar ingresos, no queremos tener un simple empleo.
- Queremos avanzar elaborando mejores recetas, no cocinando más.
- Queremos poner vida a los años, no solo años a la vida.
- Somos mucho más que un perfil y unas competencias. Somos algo más que las hojas de nuestro CV.
- Queremos levantarnos con ilusión los próximos 40 años. Queremos hacer las cosas con pasión, cariño y humanidad.

# Contacto

No te quedes con dudas. Si tienes alguna pregunta ponte en contacto conmigo, ¡estaré encantada de ayudarte!

## ISABEL GALLEGO

👤 Responsable del Curso de Big Data para Marketing

✉ [isabel.gallego@kschool.com](mailto:isabel.gallego@kschool.com)

☎ 91 577 83 41

## INFORMACIÓN KSCHOOL

✉ [info@kschool.com](mailto:info@kschool.com)

☎ 91 577 83 41