



DIPLOMADO | REMOTO

ANÁLISIS DE DATOS PARA INTELIGENCIA COMERCIAL

CONTENIDO TEMÁTICO

Módulo 1. **DISEÑO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

- Docentes: Herbert Jair Bermúdez, Martha Lucía Gómez.
- Intensidad Horaria: 12 horas.
- Sistemas de información en Marketing.
- Métodos de investigación de Mercados.
- El proceso de Investigación de Mercados.
- Diseño metodológico en investigación de mercados.

Módulo 2. **ANALÍTICA DE DATOS EN MERCADEO**

- Docente: Herbert Jair Bermúdez.
- Intensidad Horaria: 21 horas.
- Básicos de analítica en Mercadeo.
- Análisis descriptivo: práctica en SPSS.
- Análisis descriptivo: práctica en R.
- Análisis Inferencial: práctica en SPSS.
- Análisis predictivo: práctica en R.
- Análisis multivariado: práctica en SPSS.
- Análisis multivariado online: práctica en R.

Módulo 3. **ANALÍTICA CUALITATIVA EN MERCADEO**

- Docente: Herbert Jair Bermúdez.
- Intensidad Horaria: 21 horas.
- Básicos de análisis cualitativo. Análisis de datos no estructurados.
- Codificación de transcripciones en NVIVO.
- Análisis de salidas de datos usando NVIVO.
- Análisis de sentimiento usando NVIVO y R.
- NVIVO Media y NVIVO Capture.
- Análisis de hashtags y analítica en social media: Cyfe, Tweetreach.
- Social Listening: Social Mention, Whostalkin.
- Salidas enlazadas de social listening: NVIVO, Social Mention, Whostalkin.

Módulo 4. **ANALÍTICA EN PROCESOS DE GEOMARKETING**

- Docentes: Herbert Jair Bermúdez, Angelo Gabriel Moreno.
- Intensidad Horaria: 21 horas.
- Conceptos básicos de geografía y el espacio.
- Conceptos básicos de las bases de datos geográficas: estructura y manejo.
- Conceptos introductorios de estadística espacial o geoestadística para economía y marketing.

- Revisión de casos aplicados en marketing con ARCGIS (4 sesiones).
- Revisión de casos aplicados en marketing con QGIS.

Módulo 5. **MINERÍA DE DATOS**

- Docente: Herbert Jair Bermúdez.
- Intensidad Horaria: 21 horas.
- Introducción a la minería de datos en marketing.
- Proceso de KDD (Knowledge Discovery in Databases).
- Análisis descriptivo con R y Python Anaconda.
- Preprocesamiento y OLAP.
- Metodologías: CRISP usando R.
- Asociación (algoritmos) con R.
- Agrupación (medidas de similitud, algoritmos particionales) con R.
- Agrupación (jerárquicos, incrementales, basados en densidad) usando R.
- Clasificación y predicción: conceptos básicos, aprendizaje automático, árboles de decisión, Bayes, SVM con R y Python Anaconda.
- Métodos de validación, matriz de confusión, curvas ROC con R y Python Anaconda.

Módulo 6. **PROCESOS PSICOLÓGICOS DEL CONSUMIDOR**

- Docentes: Herbert Jair Bermúdez, Laura Hernández.
- Intensidad Horaria: 21 horas.
- Conceptos y evolución del consumidor hasta la era digital.
- Aprendizaje: experimentos.
- Percepción y memoria; herramientas: eye tracking y realidades virtuales.
- Emoción y motivación; herramientas: facial coding.
- Elección: experimentos.
- Motivación: experimentos.
- Avances en psicología del consumidor y neurociencia del consumidor.

Módulo 7. **VISUALIZACIÓN DE DATOS EN TIEMPO REAL**

- Docente: Herbert Jair Bermúdez.
- Intensidad Horaria: 12 horas.
- Conceptos de gráficos de datos, dashboards y visualización.
- Introducción a Tableau.
- Introducción a Power BI.
- Trabajo conectado con Excel y R.