



IFCT0022. Big Data

Sku: PD_IFCT0022

Horas: 40

OBJETIVOS

Participar en diálogos sobre competencias clave en su entorno profesional, conocer un mercado – tecnológico – en constante expansión, realizar breve inmersión en el mundo analítico actual y ser capaz de acceder a casos de éxito en distintos sectores.

CONTENIDOS

Unidad 1. Aproximación a los antecedentes, definiciones y bases para un correcto entendimiento.

- Origen y contextualización del big data.
 - Conceptos base del big data.
 - Orígenes.
 - Big data vs. Business intelligence.

Unidad 2. Relevancia de la importancia del dato.

- Contextualización práctica de la productividad del dato.
- Tipología de los datos.
- Tratamiento del dato.
 - Estructura arquitectónica en big data.

Unidad 3: Identificación de conceptos técnicos de la analítica tradicional.

- El Teorema de Brewer.
- Las nuevas bases de datos.
 - Tipos de Bases de Datos NoSQL.
- Procesamientos distribuidos. MapReduce.
 - Funcionamiento de MapReduce.
 - ¿Qué elementos son clave para la puesta en marcha de MapReduce?
- Herramientas para fines operacionales vs analíticos.

Unidad 4. Aplicación de principios básicos del Big Data.

- Big data analytics.
 - Big data analytics, data mining y data science.
- Herramientas fundamentales del big data analytics.

- Futuro del big data.
- Aplicaciones del bussiness intelligence y el big data.
 - ¿Qué nos aporta cada una?
- Implantación de un proyecto de big data.
 - Fases de un proyecto de big data.

Unidad 5: Conocimiento acerca de la analítica avanzada.

- Customer analytics.
 - Fases del Customer Analytics.
 - Tipología de análisis.
- Segmentación de los datos I.
 - Segmentación de los datos II.
- Gestión del valor del cliente.
 - Técnicas de segmentación.
 - Analítica para la creación de perfiles.
 - Customer Lifetime Value.
- Introducción al lenguaje R I.
 - Introducción al lenguaje R II