



Programa Superior Universitario en Data Governance & Decision Making

Objetivos

Con la especialidad en Data Governance & Decision Making complementarás tu perfil profesional, obteniendo conocimientos específicos relacionados con la gestión y gobernanza de datos y entendiendo cómo gestionar los datos en una organización, así como cómo tomar decisiones informadas basadas en análisis de datos.

- Profundizarás en el razonamiento estadístico con un enfoque aplicado y dinámico incluyendo en el estudio de casos reales y el análisis de informes estadísticos recientes de diversos campos.
- Explorarás el impacto que las políticas basadas en el análisis de datos tienen en la empresa, desde tres perspectivas diferentes: el gobierno del dato, el marketing y la legislación aplicable

Plan de estudios

Asignatura 1. Análisis e Interpretación de datos

- **Tema 1. Introducción a la estadística**

- Población, muestra y muestreo
- Tipos de variables estadísticas
- Razonamiento estadístico
- Representando los datos: distribución de frecuencias
- Retos de la estadística en *Big Data*

- **Tema 2. Estadística computacional**

- Principios básicos
- Ámbitos de aplicación
- Técnicas básicas de programación
- Presentación del *software* R

- **Tema 3. Medidas que resumen la información**

- Medidas de tendencia central
- Medidas de tendencia central robustas
- Medidas de dispersión
- Medidas de dispersión robustas
- Medidas de posición y forma
- Gráficos de caja
- Datos atípicos y análisis exploratorio de datos

- **Tema 4. Regresión y correlación**

- Correlación
- Regresión lineal
- Gráfico de residuos
- Regresión lineal multivariante
- Regresión no lineal
- LTS (Least Trimmed Squares)

- **Tema 5. Probabilidad condicional y variables aleatorias**

- Introducción a la teoría de la probabilidad
- Principios de la teoría de la probabilidad
- Probabilidad condicional e independencia
- Variable aleatoria
- Modelos discretos
- Modelos continuos

- **Tema 6. Distribución en el muestreo**

- Distribución en el muestreo del conteo y la proporción muestral
- Teorema Central del Límite y distribución de la media muestral
- Aplicabilidad del Teorema Central del Límite en ámbitos *Big Data*
- Estimación puntual vs. estimación por intervalos
- Propiedades de los estimadores

- **Tema 7. Intervalos de confianza**

- Introducción a los intervalos de confianza
- Intervalos de confianza

- **Tema 8. Contrastes de hipótesis**

- Dos tipos de error en la significancia estadística
- Pasos a seguir en un contraste de hipótesis
- Contrastes de hipótesis

- **Tema 9. Regresión**

- El modelo de regresión simple
- Contrastando la regresión
- Contrastando la regresión con el programa
- La regresión como suma de cuadrados
- Aplicación de las TIC

- **Tema 10. Análisis de componentes principales**

- Definición
- Aplicaciones
- Ejemplo de aplicación en R

Asignatura 2: Gobierno del Dato y Toma de Decisiones

- **Tema 1. Dirección estratégica y gobierno de datos**
 - Introducción y objetivos
 - ¿Qué es la dirección estratégica (DE)?
 - Análisis estratégico
 - Cuadro de mando integral (CMI)
 - Toma de decisiones
 - Gobierno de datos
- **Tema 2. Business intelligence y datos maestros o Introducción y objetivos**
 - Datos, información y conocimiento
 - Datos maestros
 - Inteligencia de negocios
 - *Business intelligence vs. business analytics*
- **Tema 3. Data warehouse y data lake**
 - Introducción y objetivos
 - Procesos ETL
 - Almacén de datos (*data warehouse* o DW)
 - Lago de datos (*data lake*)
- **Tema 4. Metodologías y tendencias**
 - Introducción y objetivos
 - Metodología Kimball
 - Metodologías PMI
 - Metodología Inmon
 - *Data-driven decision modelling*
 - Metodología DevOps
 - Nuevos roles
 - Tendencias

- **Tema 5. Introducción al marketing**
 - Introducción y objetivos
 - Fundamentos y concepto del *marketing*
 - Concepto de sistema de información
 - Captura de datos. Sistema de datos internos
 - La investigación del *marketing*
 - Las necesidades del cliente
- **Tema 6. Métricas y métodos de análisis**
 - Introducción y objetivos
 - Principios y fundamentos
 - Métricas básicas
 - Tipos de analíticas web
 - Herramientas de medición
- **Tema 7. Marketing relacional y CRM**
 - Introducción y objetivos
 - Introducción al *marketing* relacional
 - Características y beneficios del *marketing* relacional
 - CRM: definición y características
 - Factores clave y bases para un buen CRM



100% online



Clases en directo



Mentor UNIR



unir.net

Infórmate:

info@unir.net

+34 941 209 743