

CURTA DURAÇÃO

| ANÁLISE DE BIG DATA E | DIGITAL ANALYTICS

INSCRIÇÕES ABERTAS

CARGA HORÁRIA: 80 horas

COORDENAÇÃO:

Prof.^a Dr.^a Alessandra de Ávila Montini

OBJETIVOS

O curso de Digital Analytics tem como objetivo preparar o aluno para trabalhar no ambiente em que a análise de dados está inserida como parte da estratégia de marketing. Com as habilidades trabalhadas durante o curso, o aluno estará apto para definir escopo de projetos, realizar análises e implementar tecnologias como parte efetiva.

PERFIL DO ALUNO

Profissional de Digital, Marketing, Publicitário e demais profissionais interessados em realizar a tomada de decisão com base em dados.

CORPO DOCENTE

O corpo docente conta com professores **altamente capacitados com experiência no mundo corporativo**. Nos critérios de seleção do corpo docente, serão priorizadas sua qualificação e experiências profissionais nas distintas matérias, de maneira que o curso permita não somente a transmissão de conhecimentos mas também experiências enriquecedoras para os alunos.

METODOLOGIA

Os conceitos são apresentados por meio de aulas teóricas e exercícios práticos monitorados pelo Professor. **Todas as aulas são práticas realizadas nos laboratórios do LABDATA. Disponibilizamos um computador por aluno.**

DIFERENCIAL

- A FIA é líder em educação executiva;
- Os coordenadores do LabData são consultores e professores altamente capacitados em Analytics, Inteligência Artificial e Big Data;
- O LabData é um dos pioneiros no lançamento dos cursos de Big Data e Analytics no Brasil;
- Todas as aulas são realizadas em laboratório de alta qualidade;
- Participação gratuita nas palestras do LabData com profissionais de grandes multinacionais;
- **O LabData disponibiliza um computador por aluno.**

CONHEÇA O LABDATA

Convido você a assistir o vídeo do LabData e conhecer nossos laboratórios e nossa estrutura. Acesse o QR code.



MATRIZ CURRICULAR

Nossa proposta é apresentar um **curso prático** oferecendo toda a base teórica necessária para a adequada tomada de decisão. Essa é a proposta dos cursos do LabData.

INTRODUÇÃO AO BIG DATA

- Adoção do Big Data em empresas de comunicação
- Vantagens competitivas de negócio
- Aplicações de novas tecnologias
- Introdução a Inteligência Artificial
- Exemplos de Aplicações com Inteligência Artificial
- Aplicações de Machine Learning e Deep Learning

DATA DRIVEN MARKETING (MARKETING ORIENTADO A DADOS)

- Dados e estratégia de negócios
- Diferencial competitivo para tomada de decisão
- Insights e definição de análises
- Modelos de atribuição

ANÁLISE EXPLORATÓRIA DE DADOS

- Tipos de variáveis
- Medidas de posição - média, mediana e quartis
- Medidas de dispersão - variância, desvio padrão e coeficiente de variação
- Boxplot
- Identificação de outlier
- Histograma
- Distribuição de frequência
- Aplicações

TÉCNICA DE PROJEÇÃO - REGRESSÃO LINEAR SIMPLES E MÚLTIPLA

- Coeficiente de determinação e Coeficiente de determinação ajustado
- Estimação dos parâmetros do modelo de regressão
- Métodos de seleção de variável
- Ajuste de equação de projeção
- Interpretação dos parâmetros do modelo
- Previsão

ANÁLISE DE CLUSTER (SEGMENTAÇÃO DE MERCADO)

- Definição estratégica para segmentação de mercado
- Métodos de Agrupamento: Cluster k-means e Cluster Hierárquico
- Definição de Público e Audiência

WEB ANALYTICS (COLETA DE DADOS NA INTERNET)

- Introdução ao Web Analytics
- Principais ferramentas de Web Analytics
- Tagueamento de Websites e acompanhamento de campanhas digitais

MARKETING DE BUSCA, EXIBIÇÃO E RETARGETING

- Busca pagas e orgânicas
- Campanhas de display e definição de audiências
- Remarketing
- Campanhas de geolocalização
- Otimização de busca orgânica (SEO)

CRM

- Definição de público-alvo
- Estrutura de dados para análise de comportamento
- Definição de perfis para segmentação de usuários
- Engajamento

BUSINESS INTELLIGENCE

- Métricas e indicadores
- Relatórios gerenciais
- Visualização e dashboards interativos
- Data Storytelling

MACHINE LEARNING

- Machine learning integrado às estratégias de comunicação
- Modelos Supervisionados e não-supervisionados
- Introdução à inteligência artificial

ANÁLISE DE REDES SOCIAIS - SNA

- Teoria de redes
- Conexões e segmentações
- Líderes e seguidores

TEXT MINING E ANÁLISE DE SENTIMENTO

- Introdução a NLP
- Associação de palavras
- Segmentação textuais e tópicos
- Análise de sentimentos

MARKETING DE CONTEÚDO

- Gerenciamento de conteúdo
- Impacto e Alcance
- Engajamento de audiências

CHAT BOT

- Evolução do Chatbot
- Assistente virtual
- Estruturação de diálogos e NLP
- Expressões regulares



@businessschool.fia



faculdadeFIA



/company/FIA



FIABusinessSchool



fia.com.br/blog

UNIDADE NAÇÕES UNIDAS

Avenida Doutora Ruth Cardoso, 7.221 – CEP 05425-070 – Pinheiros – São Paulo/SP

Informações: Tel: (11) 3732-3535

faleconosco@fia.com.br / fia.com.br

UNIDADE PAULISTA - METRÔ BRIGADEIRO

Avenida Paulista, 302, 5º andar - CEP 01310-000 - Bela vista - São Paulo/SP

Informações: Tel: (11) 3149-5060 / WhatsApp: (11) 95608-0719

labdata@fia.com.br / labdata.fia.com.br