



Universidad de Monterrey

Acerca de nosotros

La Universidad de Monterrey es una institución privada que ofrece una educación personalizada y tiene un enfoque en promover la investigación, la excelencia académica y la búsqueda de nuevas tendencias globales de aprendizaje. Nuestro cuerpo docente se distingue por ser parte del desarrollo de nuestra comunidad y por buscar el desarrollo holístico del estudiante. Asimismo, buscamos ofrecer nuevos programas y proyectos que eleven el potencial del participante y sean aplicables en el corto plazo a su vida estudiantil, laboral y personal.





Customer Intelligence

Descripción:

Uno de cada tres clientes dejaría una marca que ama después de una mala experiencia, mientras que el 92% abandonaría por completo a una compañía después de dos o tres experiencias negativas. Por lo anterior, se vuelve necesario desarrollar análisis predictivos y prescriptivos para generar estrategias de retención y lealtad de un consumidor. Analizar datos que se generan todos los días, y datos provenientes de los clientes, permite la conversión de estos datos en información y esa información en toma de decisiones. Este taller permite el desarrollo de competencias en la Analítica de Datos: Descripción, Predicción y Prescripción, las llaves para entender el mundo complejo del consumidor.

Objetivo

Comprender la relación existente entre la trilogía de la Inteligencia de Negocios: Big Data, Data Science y Data Analytics, que ayuden a la comprensión del análisis del consumidor, y permitan establecer estrategias que generan mayor rentabilidad para las empresas. Lo anterior, con el apoyo de software y metodologías de análisis de datos que permitan interpretar información para predecir y prescribir soluciones en favor de los consumidores y las empresas.

**Instructor:****Dr. Tomás Zapata**

Profesor Investigador en el Departamento de Administración de la Escuela de Negocios y Coordinador de los Programas de Innovación y Cambio del MBA de la UDEM.

Doctor en Gestión Estratégica de Negocios por la Universidad Autónoma de Barcelona y la Universidad Autónoma de Tamaulipas. Cuenta con certificaciones sobre Emprendimiento y Aprendizaje Orientado a Proyectos en Universidades como: Babson College, USA, Twente, en Países Bajos y Aalborg en Dinamarca.

Profesor visitante en, Tshinghua University, China (2008), y en Arizona State University, USA (2016). Ganador de dos proyectos a la innovación educativa: Storytelling para emprendimiento y Tecnología inmersiva para negocios. Ligado 25 años a la docencia y a dirigir empresas familiares.

Horario:

Julio 19, 21 y 22 de 17:00 - 20:00 hrs y julio 23 de 08:00 - 11:00 hrs vía Zoom

Temas:

Día 1. Business Intelligence	- Big Resources - Big Transformation - Big Strategy - 5 V's del Big Data
Día 2. Customer Intelligence	- Cultura Orientación al cliente - Métricas Orientación al cliente - Modelos Predictivos - Análisis Prescriptivos
Día 3. Tecnología Analítica de Datos	- Data Mining Software - Machine Learning - Orange data mining
Día 4. Analítica Prescriptiva	- Interpretación de Resultados - Generación de Estrategias