



Programa de Especialización El Valor de Los Datos “Data Storytelling”

Aprende a darle sentido a los datos mediante análisis exploratorio y un **buen relato para las audiencias que requieren tomar decisiones.**

“La capacidad de tomar decisiones informadas basadas en datos es lo que separa a los líderes de los rezagados”.

Jeff Bezos

El Valor de los Datos para la Toma de Decisiones Ágiles

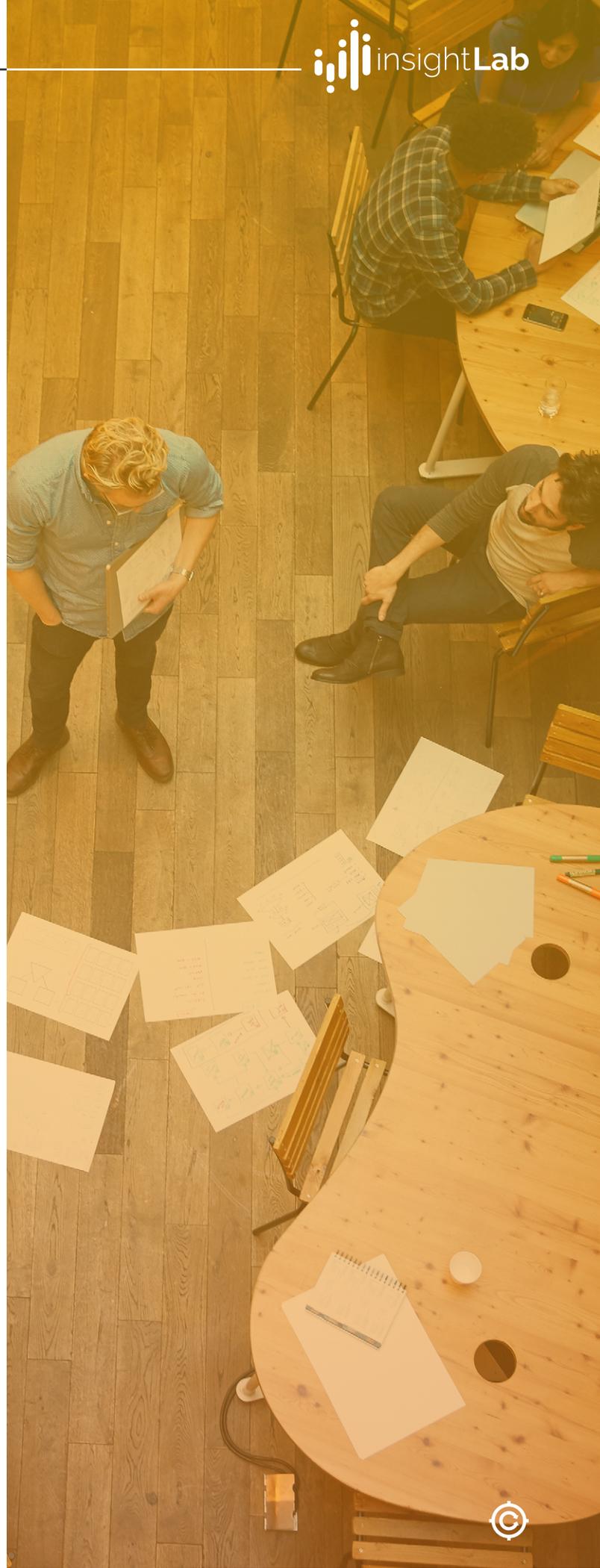
17 horas | 7 sesiones de clases virtuales + 1 taller virtual
8 sesiones

DESCRIPCIÓN

El crecimiento acelerado de los datos en la actualidad ha generado que las organizaciones se deban transformar digitalmente y convertirse en organizaciones que toman decisiones basándose en datos, para así asegurar que las decisiones se tomen de manera informada y con esto impactar a sus clientes y stakeholders. Los datos son el nuevo activo para las organizaciones, y se deben gestionar como tal, asegurando la calidad, integridad, seguridad y disponibilidad. Por lo tanto, las organizaciones deben adoptar un nuevo modelo de gestión y gobernanza de los datos. Sumemos a esto que, el esfuerzo erróneo de muchas organizaciones por controlar todos los datos que pueden almacenar en silos, resta visión para centralizar información de fácil acceso y gobernable.

OBJETIVOS

- Comprender la importancia de los datos en la economía digital y la incidencia en la toma de decisiones basándose en ellos para acelerar el crecimiento.
- Como obtener valor luego de almacenar grandes cantidades de datos mediante herramientas de visualización como Tableau, PowerBI, Data Studio, entre otras,
- Aprender a darle sentido a los datos mediante análisis exploratorio y un buen relato para las audiencias que requieren tomar decisiones.
- Descubrir herramientas para distinguir patrones de datos y técnicas de visualización que optimicen los procesos de segmentación y jerarquización.
- Obtener una visión alto nivel para el diseño de dashboards o paneles de visualización coloridos, ordenados, con sentido, que muestren un mensaje concreto.



EXPERIENCIA DE APRENDIZAJE

Módulo	Objetivo central	Contenidos
Gestión de Datos en la Economía Digital 2 horas (1 sesiones virtuales)	Cómo rotar el activo intangible que representan los datos y el tránsito de servicios análogos a digitales.	Qué es la economía digital. Aspectos claves de la economía digital. Gestión del activo intangible. ¿Cómo competir en la economía digital? Rotación de activo intangible. Los datos que aportan los clientes.
Data-Driven Marketing 2 horas (1 sesiones virtuales)	Visión y estrategias para tomar decisiones basándose en datos.	La importancia de transformar datos en preguntas. Data-Driven versus Big-Data. Captura y creación de datos. Sistemas de personalización del servicio basado en datos.
Data Storytelling 6 horas (3 sesiones virtuales)	Cómo aprender a contar historias con los datos, aplicando elementos de percepción visual en los gráficos.	Técnicas para elegir un visualizador de datos apropiado. Aspectos claves para diseñar un panel de visualización. Entendimiento de la audiencia como aspecto clave para el relato. Cuáles son los elementos más importantes para la percepción visual. La importancia de pensar como un diseñador. El poder de contar una historia con estilo.
Taller - Análisis Exploratorio de Datos (AED) 2 horas (1 sesiones virtuales)	Explorar herramientas para descubrir patrones, tendencias y relaciones en un conjunto de datos.	Entender la estructura de los datos, identificar valores atípicos, evaluar la calidad de los datos y generar hipótesis iniciales para investigaciones posteriores. A través de técnicas visuales y estadísticas, se pretende obtener una comprensión preliminar de los datos y proporcionar una base sólida para la toma de decisiones informadas y la construcción de modelos predictivos o explicativos más avanzados.
Taller - Modelos de Regresión 2 horas (1 sesiones virtuales)	Usar modelos de regresión lineal en encuestas de satisfacción y recomendación para jerarquizar planes.	Interpretación de una encuesta de satisfacción y recomendación (NPS e ISN) desde el punto de vista de los datos, con el uso de regresiones lineales, interpretando sus coeficientes y jerarquizando. Complementariamente, crear una vista gráfica que permita interpretar los resultados de forma más intuitiva, para dirigir recursos escasos a planes jerarquizados.

Docente



Reinaldo Cáceres Véliz

Licenciado en Comunicación Social, Periodismo de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso y MBA de la Universidad del Desarrollo. Líder entusiasta con más de una década de experiencia a cargo de iniciativas digitales transformadoras en el dinámico sector de las telecomunicaciones.

 Conecta con Reinaldo en LinkedIn



Lucas Maulén Berner

Ingeniero en Información y Control de Gestión de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile. Líder de Datos en CustomerTrigger y experto en sistemas de democratización de información.

 Conecta con Lucas en LinkedIn



Cristián Maulén

Ingeniero Comercial de la Universidad de Santiago. Fundador de CustomerTrigger y Director de InsightLab. Autor del libro HUELLA DIGITAL. Cuenta con más de 20 años de experiencia en gestión de clientes, datos y procesos. Con una visión estratégica orientada a la implementación de tecnologías automatizadas e inteligencia de interacciones que aumenten el valor de vida del cliente. Presidente del Consejo de Ética y Autorregulación de la Asociación de Marketing Digital y Data de Chile y Profesor FEN de la Universidad de Chile.

 Conecta con Cristián en LinkedIn

Metodología y Sistema de Verificación del Aprendizaje

DESCRIPCIÓN

El programa combina teoría con una fuerte orientación práctica, incluyendo actividades en grupo. Se fomenta la participación activa y el intercambio de experiencias entre los participantes. Se utilizarán diferentes herramientas interactivas durante las clases y talleres: foros, juegos virtuales, debates, revisión de casos prácticos.

La evaluación del programa considera dos aspectos:

- 1. Test Digital:** al cierre de cada clase (4) el estudiante podrá responder a 10-15 preguntas con alternativa en un formulario digital, sobre elementos objetivos que han sido revisados en cada clase. Esta evaluación tendrá una ponderación del 60% de la nota final.
- 2. Trabajo en Grupo:** como parte de las actividades de cierre de los 4 cursos, los estudiantes podrán presentar en la clase taller un caso práctico preparado en base a una rúbrica que cada profesor líder entregará. Esta nota tiene una ponderación del 40% de la evaluación.





Sobre Nosotros

Somos una comunidad que busca favorecer el aprendizaje para transformar colaboradores y emprendedores en líderes.

Nuestro distintivo enfoque interdisciplinario de la investigación y la enseñanza se centra en los temas más críticos para los negocios contemporáneos, impulsando la innovación y creando conocimientos del mundo real para los líderes empresariales.

Nuestros actualizados programas de Educación Ejecutiva, aseguran que nuestros participantes no sólo estén expuestos al pensamiento empresarial más actual, sino que también aprendan cómo ponerlo en práctica en sus organizaciones.





UNIVERSIDAD
DE PIURA

Más información en:
InsightLab.Club



CustomerTrigger