

## **WORKSHOP BIG DATA: DATA SCIENCE, BUSINESS INTELLIGENCE Y PREDICTIVE ANALYTICS.**

El sector de los medios de comunicación ha sido uno de los que más ha sufrido la disrupción que el mundo digital ha provocado, modificando un modelo de negocio establecido en algo que aún no se ha acabado de definir. Ante esta nueva situación, los datos se presentan como una fuente información que permite optimizar el negocio y llegar a más audiencia de manera más personalizada, permite crear nuevos servicios a los clientes existentes y generar nuevas líneas de negocio que permitan establecer nuevas vías de ingreso a las compañías. A lo largo de la mañana mostraremos las diferentes estrategias para el desarrollo de proyectos basados en datos que podemos afrontar, los factores clave y qué fuentes de información se pueden monetizar dentro de los medios de comunicación, contando casos prácticos de recomendación de contenidos, personalización del marketing o predicción de abandono de clientes.

- ¿De dónde vienen los datos?
- 1st y 2nd Party Data.
- 3rd Party Data.
- Calidad de los datos
- Análisis y segmentación de audiencias / datos.
- Cómo afecta la cualificación de audiencias a la compra programática.
- Qué es un DMP (Data Management Platform), live "demo" DMP
- Introducción a las técnicas de análisis predictivo (clasificación, regresión, clustering, series temporales, optimización)
- Casos de uso

### **Ponentes:**

- José Ramón Mencía (Sales and Business Development Director **Weborama**)
- Alejandro Llorente Pinto (Co-Fundador y Data Scientist en **PiperLab**)

**Ubicación:** The Valley Digital Business School (Plaza de Carlos Trías Bertrán, 7. Planta 1)

**Fecha y hora:** Martes 5 de Julio, de 9.30 a 14 horas

### **Agenda**

- ✓ 9:30 a 10:00 Café y recepción de asistentes
- ✓ 10:00 a 12:00 Introducción al big data y cualificación de audiencias con José Ramón Mencías
- ✓ 12:00 a 12:30 Coffee Break
- ✓ 12:30 a 14:00 Continuación workshop: análisis predictivo y casos prácticos con Alejandro Llorente