

DURACIÓN: 24 HORAS

DATA DRIVEN MARKETING: ANÁLISIS DE DATOS Y ESTRATEGIA

MODALIDAD: PRESENCIAL

Desarrollar habilidades de pensamiento crítico, metodologías de análisis y bases para la estructuración de equipo de datos para identificar oportunidades y tomar decisiones basadas en datos dentro de un contexto empresarial y de marketing.

- Introducción al análisis de datos: espectro de datos y analítica (Big Data, BI, IA), tipo de clasificaciones de datos y métricas
- Análisis de datos para marketing: tipos de análisis para marketing y negocios, sesgos y desviaciones del análisis
- Análisis en la operación de marketing y negocios
- Introducción y uso de Power Bi, Data Storytelling y diseño de información



IMPARTIDO POR: RENÉ RAMOS



René Ramos

Head of Data en Elaniin, experto en análisis de datos, Business Analytics, Customer Research, Marketing Analytics

Con más de 9 años de experiencia liderando equipos de análisis de datos en diversas industrias de Centroamérica y el Caribe. Ha trabajado en áreas como retail, consumo masivo, telecomunicaciones, banca y vehículos, desarrollando soluciones innovadoras que facilitan la toma de decisiones estratégicas. Trabajó con marcas reconocidas como Volaris, Unilever y Banco Agrícola, estableciendo departamentos de Business Intelligence y Customer Research, lo que ha permitido una mejor toma de decisiones basadas en datos. Ha liderado la implementación de proyectos de inteligencia de negocio y forecast en múltiples sectores, optimizando inversiones y mejorando el análisis del consumidor.

Cuenta con certificaciones del MIT en IA y de la Universidad de Cambridge en Business Analytics y postgrado en Business Intelligence. Es docente de las licenciaturas de La Escuela Mónica Herrera y capacitador de Executive Education para formar a nuevos líderes en el uso de datos.