

datahack

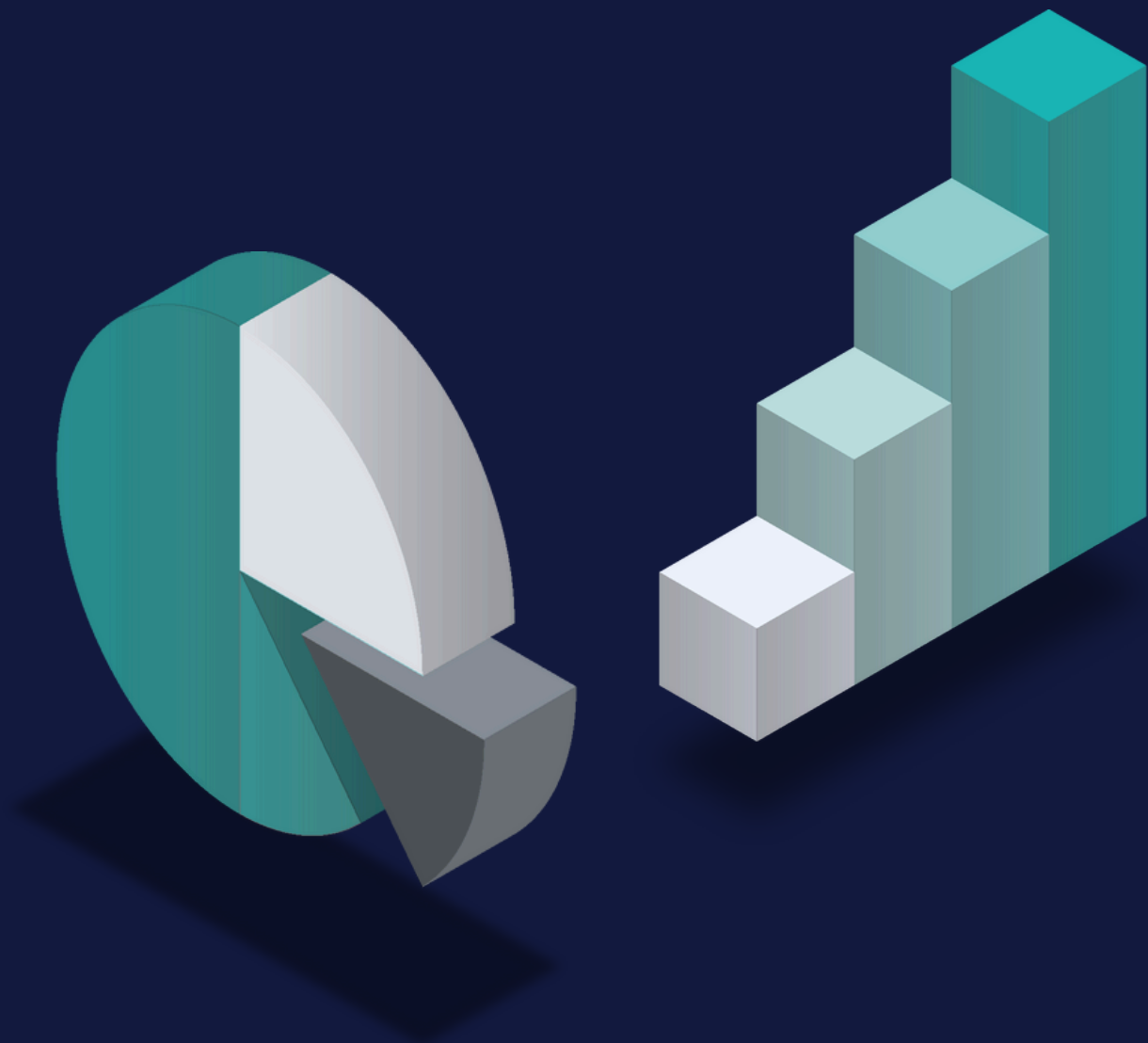
CURSO POWER BI

IBM SkillsBuild

Instrucciones

- Preparación
 - ETL
- Desarrollo
 - DAX
 - Visualizaciones
- Entrega

¡suerte!



Introducción

DH Marketing Consultants te ha contratado como analista de datos para explorar y analizar una serie de datos del departamento de marketing. El director de marketing necesita conocer cómo han evolucionado los datos de Google Ads, por lo que te ha solicitado un análisis detallado.

Este análisis debe basarse en los distintos factores medibles dentro del conjunto de datos. Como requisito mínimo, la empresa espera que organices la información por fechas, gastos, conversiones y campañas.

Preparación

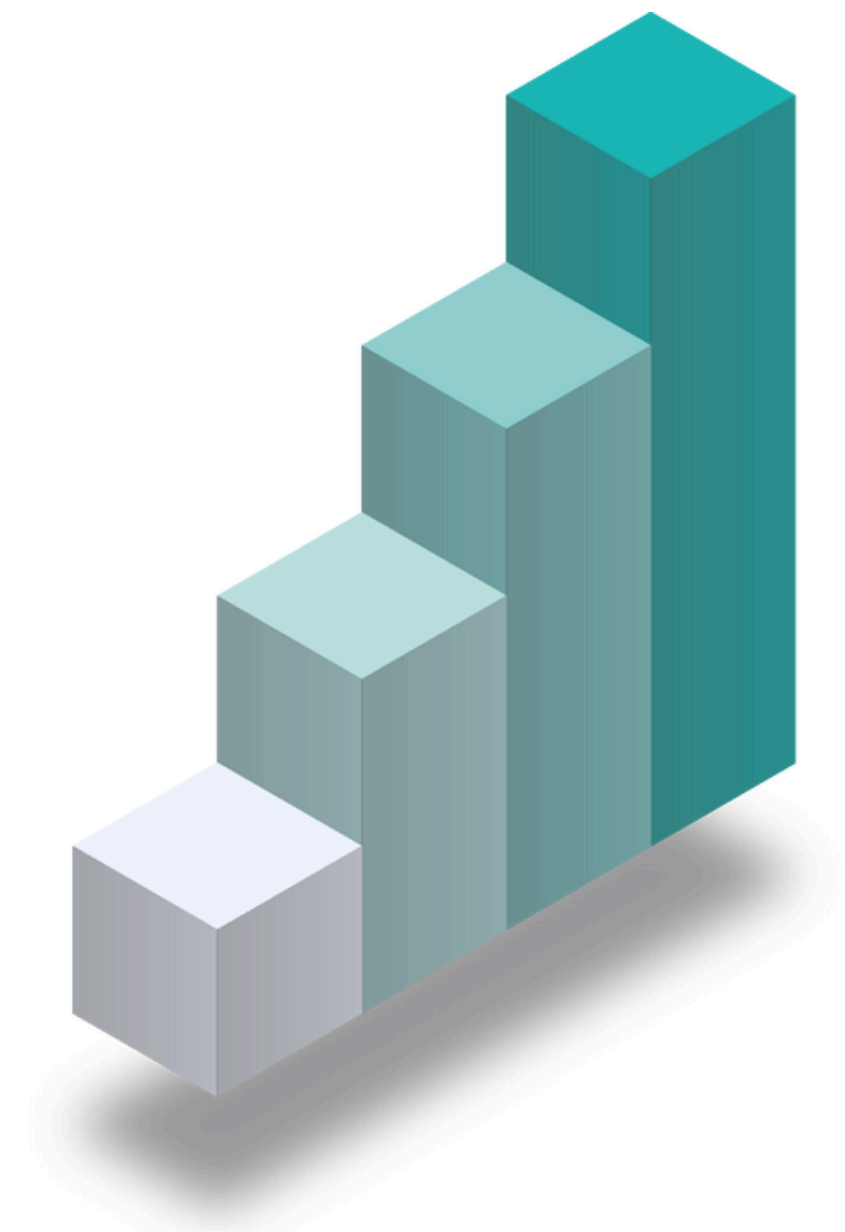
PROCESO DE EXTRACCIÓN, TRANSFORMACIÓN Y CARGA DE DATOS (ETL)

Los datos para el análisis serán proporcionados a través de Discord en el canal de avisos.

Preparación

PROCESO DE EXTRACCIÓN, TRANSFORMACIÓN Y CARGA DE DATOS (ETL)

- Extracción de datos.
- Transformaciones de datos:
 - Limpieza y transformación de datos.
 - Cambios de nombre en las columnas.
 - Eliminación de columnas o filas vacías.
 - Uso de Lenguaje M.
 - Combinación y tratamiento de columnas
 - Creación de tablas de dimensiones
 - Combinación de tablas
- Carga de datos en el modelo.



Preparación

PROCESO DE EXTRACCIÓN, TRANSFORMACIÓN Y CARGA DE DATOS (ETL)

- Implementar el modelo de datos adecuado para el análisis: debe generar un modelo lo más cercano a un modelo estrella.
- Métricas de DAX para calcular:
 - Total de Impresiones
 - Gasto medio
 - Total Gasto
 - Total de clics
 - Totales por campañas
 - Tabla calendario
- Desarrollar visualizaciones que permitan comprender los datos:
 - Gráficos de líneas.
 - Gráficos de barras (pueden ser apiladas).
 - Gráficos de anillos.
 - Tablas.
 - Matrices.
- Paneles de filtro.
- Marcadores y botones de navegación



Preparación

Mínimos evaluables

- Implementar el modelo de datos adecuado para el análisis: debe generar un modelo lo más cercano a un modelo estrella.
- 2 hojas de visualizaciones diferentes
- Métricas de DAX mínimas:
 - Total de impresiones
 - Gasto medio
 - Total de clics
- Desarrollar visualizaciones que permitan comprender los datos:
 - Gráficos de líneas.
 - Gráficos de barras (pueden ser apiladas).
 - Gráficos de anillos.
 - Tablas.
- Paneles de filtro:
 - Debes incluir por lo menos dos filtros sincronizados



Métricas recomendadas

💰 CPC (Cost Per Click – Costo por Clic)

- ¿Qué es? Lo que pagas cada vez que un usuario hace clic en tu anuncio.
- Fórmula:

$$CPC = \frac{\text{Coste total de la campaña}}{\text{Número de clics}}$$

📊 CTR (Click Through Rate – Porcentaje de clics)

- ¿Qué es? El porcentaje de personas que vieron tu anuncio y hicieron clic.
- Fórmula:

$$CTR = \left(\frac{\text{Clics}}{\text{Impresiones}} \right) \times 100$$

- Útil para: Medir la relevancia y el atractivo del anuncio.

📊 CTR (Click Through Rate – Porcentaje de clics)

- ¿Qué es? El porcentaje de personas que vieron tu anuncio y hicieron clic.
- Fórmula:

$$CTR = \left(\frac{\text{Clics}}{\text{Impresiones}} \right) \times 100$$

🎥 CPV (Cost Per View – Costo por visualización)

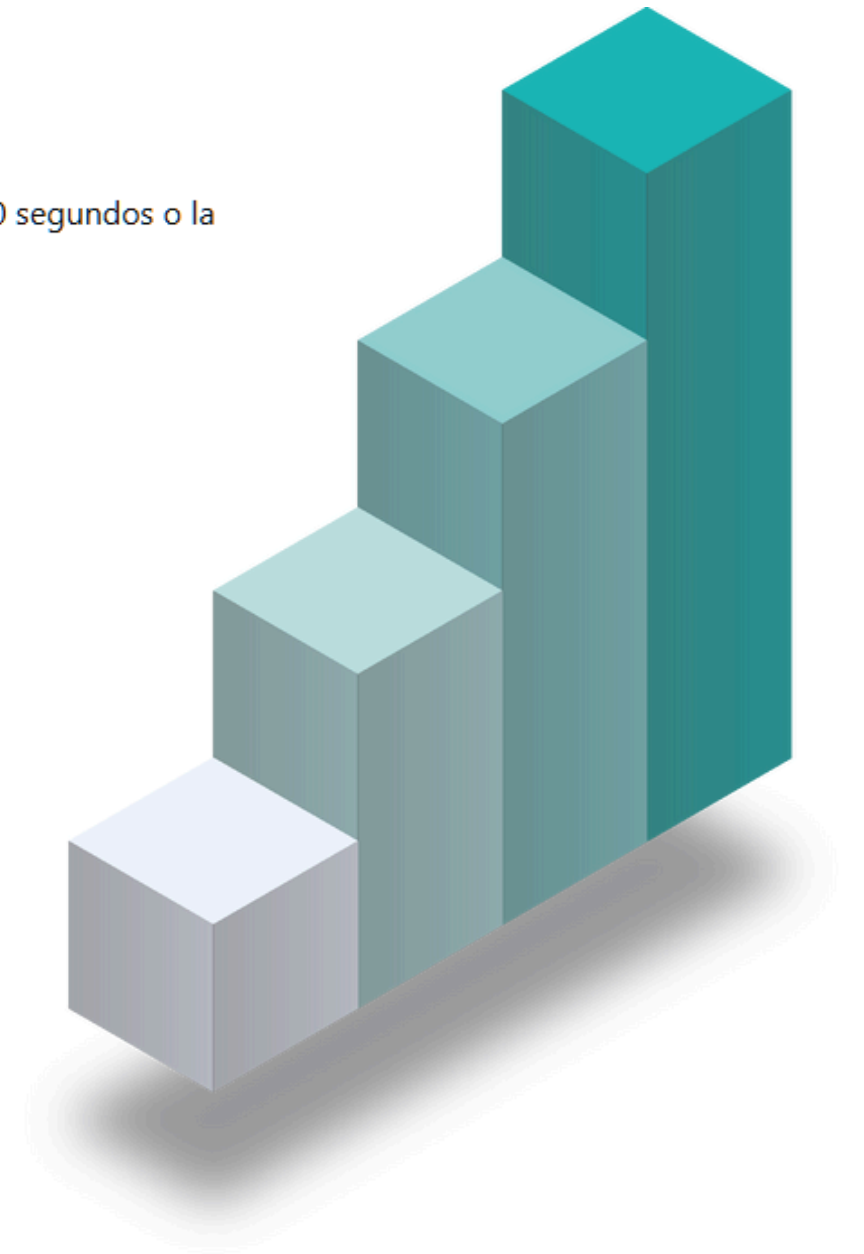
- ¿Qué es? Lo que pagas cada vez que alguien ve tu vídeo (por lo general, al menos 30 segundos o la duración completa si es más corta).
- Fórmula:

$$CPV = \frac{\text{Coste total de la campaña de vídeo}}{\text{Número de visualizaciones}}$$

📊 CPM (Cost Per Mille – Costo por mil impresiones)

- ¿Qué es? El coste que pagas por cada 1.000 veces que se muestra tu anuncio (impresiones).
- Fórmula:

$$CPM = \left(\frac{\text{Coste total}}{\text{Impresiones}} \right) \times 1.000$$



Preparación

Entrega

EL PROYECTO SE ENTREGA EN DOS ARCHIVOS COMPRIMIDOS EN UN UNICOZIP NOMBRADO CON TU NOMBRE Y APELLIDO:

- 1. PBIX
- 2. PDF exportado de Power BI
 - EL ZIP NO PUEDE SUPERAR LOS 20 MB

<https://entregas.datahack.es/>



¡Muchas suerte!

