

EDIX Educación y la Universidad Internacional de La Rioja

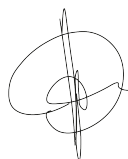
Certifica que **Don Gustavo João Gonçalves Caldas**
ha superado los estudios correspondientes a:

Bootcamp en Marketing Data Analytics

Organizado y desarrollado conjuntamente por ambas instituciones conforme
al convenio suscrito por las entidades con fecha 24 de enero de 2020.

Realizado del 19 de junio de 2023 al 11 de diciembre de 2023, con una duración de 550 horas

Logroño, 29 de enero de 2024.



Juan José Amorín Iglesias
Fundador y CEO EDIX



José María Vázquez García-Peñuela
Rector Universidad Internacional de La Rioja

Bootcamp en Marketing Data Analytics

Número de Horas: 550 | Número de ECTS: 22

Aula: Introducción al Marketing y Análisis de Datos

Tema 1. Fundamentos del marketing.

Tema 2. El dato en Marketing.

Aula: Estadística Aplicada al Marketing

Tema 1. Datos y métricas en el campo del marketing.

Tema 2. Principales técnicas estadísticas.

Tema 3. Análisis de datos supervisados.

Tema 4. Análisis de datos no supervisados.

Aula: Tratamiento de Datos (Excel y SQL)

Tema 1. Tratamiento de datos en Excel.

Tema 2. Introducción a las bases de datos.

Tema 3. El lenguaje SQL.

Tema 4. Análisis exploratorio de la información.

Aula: Programación en R

Tema 1. Introducción a R y RStudio.

Tema 2. Ficheros y control de flujo.

Tema 3. Buenos hábitos de programación en R.

Tema 4. Rmarkdown para generar informes dinámicos.

Aula: Programación en Python

Tema 1. Fundamentos en Python.

Tema 2. Más Python y la librería Pandas.

Tema 3. Manipulación y análisis de datos en Pandas.

Tema 4. Exploratorio de datos en Python.

Aula: Visual Analytics

Tema 1. Nociones básicas de la visualización gráfica de datos.

Tema 2. Características y dimensiones fundamentales de los gráficos.

Tema 3. Herramientas de visualización: Tableau y PowerBI.

Aula: Marketing Analytics en Cloud

Tema 1. Introducción a Cloud.

Tema 2. Modelos analíticos en Cloud.

Tema 3. Casos de uso Marketing Analytics con tecnología Cloud.

Aula: Investigación de Mercados

Tema 1. La investigación de mercados: qué es y en qué consiste.

Tema 2. Etapas en el desarrollo de un proyecto de investigación.

Tema 3. Investigación y marketing: casos de uso.

Aula: Marketing Digital & Web Analytics

Tema 1. Introducción al marketing digital.

Tema 2. Analítica digital: herramientas, KPIs y métricas.

Tema 3. Google Analytics: informes disponibles y lectura de datos.

Aula: Medición de Eficacia Publicitaria

Tema 1. Ecosistema actual de medición de eficacia publicitaria.

Tema 2. Conceptos clave sobre Marketing Mix Modeling (MMM).

Tema 3. Fases y outputs en un proyecto de MMM.

Tema 4. Modelos de atribución y experimentos.

Aula: Analítica de Cliente & Predictiv Analytics

Tema 1. Cómo analizar la información de nuestros clientes.

Tema 2. Segmentación de clientes.

Tema 3. Nociones básicas para el desarrollo de modelos predictivos.

Tema 4. Metodología ARIMA y otros enfoques de predicción.

Aula: Modelos de Machine Learning

Tema 1. Qué es el Aprendizaje Máquina (Machine Learning).

Tema 2. Aplicaciones del Machine Learning al marketing.

Tema 3. Aproximación a Computer Vision.

Tema 4. Análisis de texto con NLP.

Aula: PowerPoint para Profesionales

Tema 1. Tareas básicas para crear una presentación.

Tema 2. Manejo multimedia y transiciones.

Tema 3. Presentaciones con animación.

Aula: Excel Avanzado

Tema 1. Creación de tablas y formatos.

Tema 2. Funciones y formulación.

Tema 3. Recursos (inserción de imágenes, dibujos...).

Tema 4. Creación de gráficos.

Tema 5. Domina las tablas dinámicas y macros.

El presente Título Propio expedido de conformidad con las normas establecidas por el Consejo Directivo de la UNIR, quedando registrado en la sección de Títulos Propios:

Nº 7720240103972-14540807