

ВЕБИНАРНЫЙ ФОРМАТ BootCamp

Day 1.
Работа с excell

Светлана Медведева



Светлана Медведева

Аналитик данных, Ramax, ассистент МФТИ

Закончила МФТИ (бакалавриат, магистратуру и аспирантуру) и магистратуру Сколтеха.

Около 3-х лет работала в консалтинге SAS Institute. В настоящее время работаю в R&D аналитиком данных.

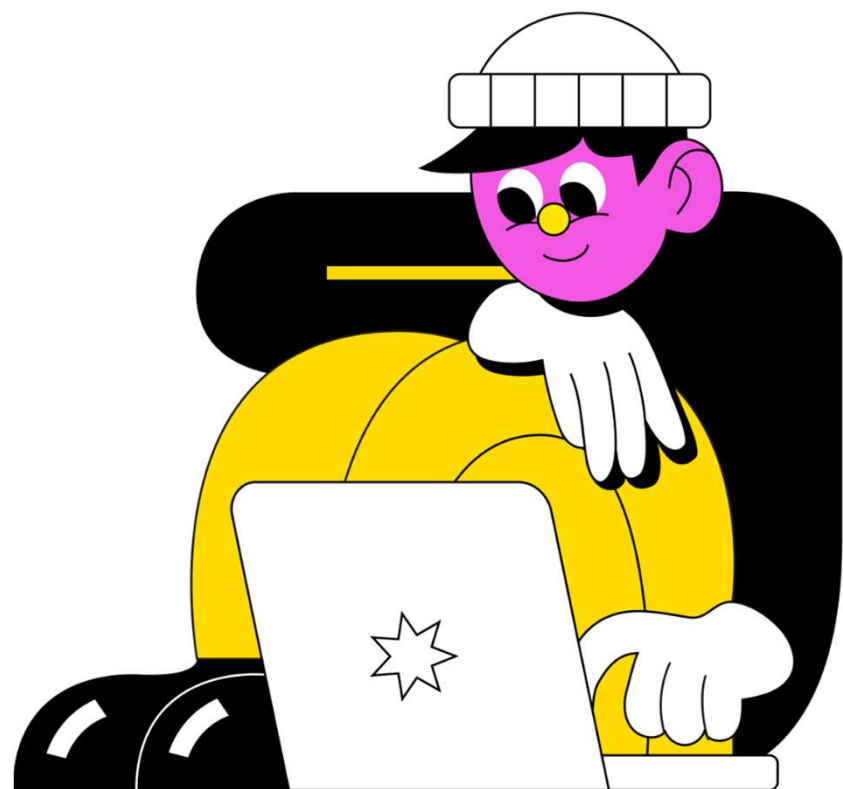
- ⚡ Joint Institute of Nuclear Research
- ⚡ SAS Institute
- ⚡ Huawei
- ⚡ Coelus
- ⚡ Ramax



Как обучать взрослых?







Регламент работы

- Длительность
- Когда и где будет доступна запись
- Каналы коммуникации
- Делаем ли перерыв?



Как обучать взрослых?

Получите максимум от вебинара

-  Задавай вопросы.
Для этого подними руку.
-  Отключи микрофон
-  Делай заметки
-  Будь с нами! Отложи телефон, домашние дела, мессенджеры и возьми максимум для себя
-  Будь готов отвечать на вопросы и выполнять задания
-  Запаркуем

План Bootcamp

1. Работа с Excel.
2. Работа с Excel.
3. Оформление результатов. Выбор подходящего типа графика. Формулировка выводов.
4. Pandas для анализа данных.
5. Создание сводных таблиц. Агрегатные функции.
6. Визуализация данных в matplotlib.
7. Визуализация данных в seaborn.
8. Выявление инсайтов в данных.
9. Работа с дашбордами (Tableau) 1
10. Работа с дашбордами (Tableau) 2



План Bootcamp

11. Статистические тесты (А/Б тестирование).
12. Маркетинговые метрики
13. Воронка пользователей
14. Исследование clickstream
15. Выявление паттернов в поведении клиентов
16. Когортный анализ
17. RFM-анализ
18. Создание БД и написание простых SQL запросов
19. Типы джойнов, реализация объединения таблиц с SQL.
20. Обзор инструментов аналитика данных (дашборды, библиотеки для машинного обучения)

План урока

Дана таблица в виде .csv* по продажам товаров в онлайн ретейлере. Нужно сгруппировать транзакции по клиентам и рассчитать среднее значение, минимум, максимум, медиану для каждого клиента/по группам клиентов. Выбрать клиентов, у которых величина среднего чека больше медианного значения. Подсчитать сколько клиентов попадают в 1-й, 2-й и 3-й квартили.

Практическая часть

Спасибо за внимание!