

**instituto**  
genesis



# Gestión Big Data





# Objetivo

Los datos son el nuevo recurso considerado por muchos “la nueva gasolina” (Kroes, 2011, Rotella 2012, Arthur 2013 quienes reflejan su relevancia y dependencia de las empresas de este recurso). También ha sido definido como recurso estructural (OCDE, 2014), ya que pueden ser utilizados por un número ilimitado de agentes para un infinito número de aplicaciones para producir.

Esta revolución ha configurado una nueva realidad empresarial que está basada en aspectos como la facilidad con la que las empresas han llegado a poder obtener y, por lo tanto, a gestionar, una **cantidad masiva de datos**, a través de todo un nuevo espectro de diferentes fuentes, desde los teléfonos móviles, los flujos de mensajes de texto y de voz, las redes sociales o mediante la utilización de la tecnología IoT.

Estamos en la era de las **empresas inteligentes**, donde aspectos antes mencionados revolucionan la obtención y generación de datos, surgiendo así nuevos **departamentos** en las empresas como los denominados “Data-Driven” que centran su toma de decisiones en el tratamiento y modelización de datos aplicada a negocio.

# Metodología

En el desarrollo de los diferentes contenidos del programa, se combinarán metodologías de formación-acción para garantizar la consecución de los objetivos. Las sesiones se llevarán a cabo online, pero en vivo y en directo.

**01**

**Exposiciones de los ponentes con intercambio de experiencias**

La exposición de los docentes se realizará de forma síncrona, utilizando una plataforma online. Habrá intercambio de conocimientos y experiencias.

**02**

**Dinámicas y discusiones en grupo**

Dinámicas de grupo basadas en experiencias de la propia actividad de los asistentes. Los casos serán reales para mantener la tensión en el análisis.

**03**

**Ejercicios y casos prácticos**

Se provocará la constante participación de los asistentes buscando la aplicación de los conocimientos adquiridos en ejercicios y casos prácticos

# Business Analytics y Geomarketing

## Sector Seguros

Según un reciente estudio del MIT Center for Digital Business, el DDDM (Data-Driven-Decision Making) puede mejorar una media del 4% la productividad y un 6% el beneficio de las empresas.

El Curso en Business Analytics y Geolocalización te prepara para dar el paso definitivo en el análisis de datos para ser capaz de implementar un modelo DDDM. Es decir, ser un directivo centrado en la toma de decisiones en todas las áreas de la empresa a partir del manejo e interpretación y modelización de datos (Data Science). Conviértete en el líder que las empresas buscan para el futuro con el respaldo de un claustro que desarrolla su labor en los principales players de la industria.

### ● Módulos

- Introducción a Business Analytics.
- Marketing Digital y Geolocalización en el Sector Seguros.
- Analítica Web y UX/UI.
- Machine Learning en Marketing en el Sector Seguros.
- Casos de Uso sector asegurador.

### ● Perfil estudiante

- Directivos, altos y medios ejecutivos que necesiten y busquen conocer el mundo de Business Analytics y Geomarketing para sus áreas de Marketing y objetivos empresariales.



10 horas/4 ó 5 días

# People Analytics Sector Seguros

Por primera vez en la historia, los líderes empresariales pueden tomar decisiones sobre sus empleados basándose en un análisis profundo de los datos en lugar de los métodos tradicionales de relaciones personales, la toma de decisiones basada en la experiencia y la previsión de riesgos.

Veremos en este curso cómo los datos y el análisis se aplican a los problemas relacionados con las personas, como el reclutamiento, la evaluación del desempeño, el liderazgo, la contratación y promoción, el diseño del trabajo, la compensación y la colaboración especializándonos en el Sector Seguros.

La metodología de este curso permite ayudar a los líderes y directivos a tomar decisiones importantes que puedan afectar a la plantilla y, por lo tanto, a la organización.

## ● Módulos

- Introducción a Business Analytics.
- Gestión y Selección de personal en el sector asegurador.
- Fidelización del talento Inteligencia emocional e intrapersonal
- Recursos Humanos y Machine Learning en el Sector Seguros.
- Casos de Uso en el Sector Seguros.

## ● Perfil estudiante

- Directivos, altos y medios, ejecutivos que necesiten y busquen conocer el mundo de People Analytics para sus áreas de Recursos Humanos.



10 horas/4 ó 5 días

# Ciber-Analytics Sector Seguros

La ciber-inteligencia es un elemento clave que las organizaciones deben utilizar para asistir en la toma de decisiones frente a una ciber-amenaza o ciber-ataque. Se estima que hasta un 67% del tiempo de los equipos de seguridad o de respuesta de incidentes es malgastado debido a falta de contexto al enfrentar un ataque.

La ciber-inteligencia permite a las organizaciones anteponerse a potenciales riesgos externos que pudiesen afectar su operación, y por ende, su valor frente a clientes.

Behavioral Analytics pretende cubrir este problema. El análisis de comportamiento de usuarios es una potente herramienta que permite a las organizaciones detectar y mitigar el potencial impacto una amenaza interna puede causar al negocio.

Aprenderemos aplicar el uso de ciber-inteligencia para la toma de decisiones con la aplicación de herramientas de Behavioral Analytics dado que son la combinación potente para mitigar amenazas emergentes y sofisticadas que presentan un riesgo en el sector asegurador.

## ● Módulos

- Introducción a Business Analytics.
- El mundo de la Ciberseguridad en el Sector Seguros.
- Data Wrangling
- Sistemas de Ciberseguridad en Machine y Deep Learning en el Sector Asegurador
- Casos de Uso en el Sector Seguros.

## ● Perfil estudiante

- Directivos, altos y medios, ejecutivos que necesiten y busquen conocer el mundo de Ciber-Analytics y como aplicarlo de forma cross a todas las áreas empresariales o exclusivamente en el área de Seguridad.



10 horas/4 ó 5 días

# Certificación universitaria

Los Programas de formación en competencia de Seguros cuentan con certificación universitaria de la Universidad Europea de Madrid



La Universidad Europea Madrid, con dos campus universitarios en Madrid (España) ha renovado sus cuatro estrellas -sobre cinco- en el prestigioso rating internacional de acreditación de la calidad universitaria "QS Stars" que determina el nivel de excelencia alcanzado por las universidades en varias áreas. En ella se han formado ya más de 83.000 alumnos y figura en el "Top5" de las mejores universidades privadas de España

# Profesorado



**María Victoria  
Ribas**

Experta en analítica de datos, econometría y datamining, análisis y gestión de riesgos actuariales y financieros, ERM (Enterprise Risk Management), ORSA y Solvencia II.

Doctora en Ciencias Actuariales y Financieras por la Universidad Complutense de Madrid, Ha sido Visiting Researcher en la Universidad de Harvard (Boston), Universidad de Columbia (Nueva York), Universidad de California (Berkeley) y la Universidad de Hong Kong.

Su investigación está centrada en la aplicación de teoría de Cópulas y modelos espaciales al sector asegurador y financiero.



**Alejandro  
Magdalena**

Ingeniero informático con dos másteres en Máster en Business Administration y un Máster en Dirección Comercial y Marketing Digital.

Actualmente es Manager en el área de Ciberseguridad e IA en IBM para cliente bancarios y de telecomunicaciones.

Tiene más de 13 años de experiencia en el sector de las tecnologías de la información. En los últimos 5 años ha sido el director del área de Transformación Digital y Ciberseguridad en el Ministerio de Justicia. Cuenta además con más de 6 años de experiencia en el sector bancario, específicamente en el área de Riesgos y Fraude, diseñando sistemas de detección de fraude en las diferentes áreas del sector bancario.





**instituto**  
genesis



[www.genesisconsulting.es](http://www.genesisconsulting.es)  
[info@genesisconsulting.es](mailto:info@genesisconsulting.es)