

Curs en Analítica de clients

Descripció

Actualment, l'analítica de negoci es considera una eina estratègica imprescindible per a moltes organitzacions. Gràcies a les tècniques i els models d'aquesta disciplina les organitzacions poden generar valor per als seus *stakeholders* (accionistes, empleats, clients, col·laboradors, administracions públiques, societat civil, etc.) i aconseguir avantatges competitius respecte als seus competidors adaptant els seus productes o serveis a les necessitats dels seus clients.

En aquest curs es tractarà la importància que mereix l'estadística en l'analítica de negoci, especialment quan es tracten dades relatives al comportament dels clients. L'analítica de dades en l'experiència del client és necessària per identificar i entendre la relació del client amb l'empresa. Les decisions empresarials es prendran utilitzant mètriques i models estadístics basats en aquestes dades. L'extracció errònia de conclusions pot comportar un cost d'oportunitat per l'empresa ja que no està destinant correctament els recursos disponibles. La finalitat d'aquest curs és aprendre a analitzar i fer una valoració robusta de les dades provinents del comportament de la clientela per tal de millorar la presa de decisions.

A qui va dirigit

És un curs molt recomanable per a les persones que tenen uns coneixements bàsics en analítica de dades i que tenen interès en la gestió del comportament dels clients basada en dades.

Metodologia

Aquest curs es presenta des d'una perspectiva eminentment pràctica amb una orientació a la resolució de problemes.

La metodologia docent d'aquest curs és **semipresencial o virtual**. L'estudiant pot escollir entre l'opció semipresencial, que consisteix en l'assistència al conjunt de sessions que es programen al llarg del curs, o l'opció virtual, que permet fer el seguiment del programa a qualsevol hora i des de qualsevol lloc, mitjançant l'ús de les noves tecnologies.

El Campus virtual de la Universitat d'Andorra és l'espai virtual de comunicació i transmissió d'informació entre el cos docent i l'alumnat, i amb tota la comunitat de la Universitat.

L'estudiant és el responsable del seu propi procés d'aprenentatge, i el Campus virtual de la Universitat d'Andorra posa al seu abast una sèrie d'eines per a facilitar-li aquest procés: orientació i seguiment per part del professorat, comunicació amb els companys i companyes, accés als materials didàctics, informació sobre la documentació complementària, etc.

La metodologia d'aprenentatge virtual requereix un elevat nivell d'organització i planificació de l'estudi per part de l'estudiant, que ha de mantenir un paper molt actiu per poder treure profit de la formació i de l'acompanyament que li ofereix el professorat, així com del material, que pot trobar-se en fonts i formats diversos. Aquesta metodologia utilitza canals de comunicació asíncrona i per escrit amb els companys/es i el professorat, i requereix la capacitat de cerca i interpretació crítica de documentació especialitzada en la matèria per part de l'estudiant.

Professorat

Paula Rodó. Formada en economia i matemàtiques, té una reputació professional rellevant per haver treballat en els departaments de tresoreria, fons de pensions, modelització i validació de riscos en diverses entitats financeres. Actualment proporciona models estadístics (IA) personalitzats i serveis de *business analytics* a les empreses. També és professora d'estadística avançada i *customer analytics* del màster en Anàlisi de dades d'aquesta universitat.

Ferran Dachs Cadefau. Llicenciat en Matemàtiques, màster en Matemàtica Aplicada i Enginyeria Matemàtica per la UPC i doctor en Matemàtiques per la UPC i la KU Leuven

(Bèlgica). Ha treballat d'investigador a la KU Leuven i a la MLU Halle. Professor fix de la Universitat d'Andorra.

Programa

1. Introducció a l'analítica de clients.
2. Indicadors clau per a l'analítica de clients.
3. Segmentació de clients amb model clàssic.
4. Segmentació de clients amb models d'aprenentatge no supervisat.
5. Anàlisi del comportament de la clientela (*behavioral analytics*).
6. Gestió de clients basada en dades.
7. Casos d'ús d'analítica de clients.

Durada i calendari

El curs té una càrrega de **6 crèdits europeus** (CE) (cada CE representa una dedicació aproximada de 30 hores per part de l'estudiant) i es preveu que s'ofereixi el primer semestre de cada curs acadèmic (de setembre a gener).

Més concretament, aquest curs té una durada de 24 hores, que es desenvoluparan en 8 sessions presencials i una sessió final de 3 hores.

Procés d'avaluació

L'avaluació d'aquest seminari preveu la realització de diferents activitats virtuals i presencials durant el semestre que permetran avaluar l'aprenentatge i que quedaran fixades al calendari del seminari.

Es valorarà positivament la participació activa i col·laborativa de l'estudiant.

Certificació

Les persones que superin el procés d'avaluació obtindran un diploma d'aprofitament en Anàlisi de clients, expedit per la Universitat d'Andorra.

La qualificació final d'aquest curs és qualitativa. Aquesta qualificació s'obté, un cop s'hagin superat totes les unitats d'ensenyament que formen aquest curs, a partir de la mitjana aritmètica (m) de les qualificacions finals obtingudes en cada unitat d'ensenyament i d'acord amb el següent barem:

Aprobat, si $5 \leq m < 7$

Notable, si $7 \leq m < 9$

Excel·lent, si $m \geq 9$

Preinscripció i matrícula

El període de preinscripció s'obre de març a la primera setmana de setembre.

El curs s'anul·larà si no hi ha un mínim de 5 persones matriculades.

Preu: 424,08 euros.

L'estudiant de formació reglada, el personal de la Universitat d'Andorra, els Alumni i el professorat col·laborador tenen un descompte en la matrícula del 50%.

[Formulari de preinscripció](#)

Més informació

Universitat d'Andorra
Plaça de la Germandat, núm. 7
(AD600) Sant Julià de Lòria
Tel.: +376 743 000
euniversitaria@uda.ad
uda@uda.ad

