

PROGRAMA
FORMATIVO DE BIG
DATA EN SECTOR
TURÍSTICO

PROGRAMA FORMATIVO DE BIG DATA EN SECTOR TURÍSTICO

MODALIDAD: TELEFORMACIÓN

DURACIÓN: 10 H.

Objetivos

Algunos sectores, como el comercial, son los principales promotores del Big Data, en colaboración con las grandes tecnológicas como partners de sus proyectos, ya que integran de forma estratégica en su negocio los avances y descubrimientos que van desarrollando. La gestión del Big Data puede convertirse en una herramienta a favor de los empresarios del sector turístico, ayudando a las pymes a recoger datos sobre sus clientes, los cuales se deberá alojar en bases de datos y gestionarlas con las herramientas adecuadas con el fin de obtener información que pueda ser útil al empresario para realizar operaciones estratégicas de marketing. La era de la gestión de grandes datos masivos ha llegado para quedarse, es lo que afirman todos los profesionales sobre el Big Data: informáticos, físicos, economistas, matemáticos, científicos políticos, sociólogos, etc., solicitando acceso a las cantidades masivas de información producidos por y sobre las personas, las cosas y sus interacciones. El objetivo es exponer los beneficios de una estrategia de implantación de tecnologías y herramientas Big Data en Pymes del sector turístico y su posterior análisis de herramientas de almacenamiento, extracción y relación de datos. La enorme potencialidad derivada de la aplicación de Big Data en Turismo puede llegar a resultar profundamente transformadora. El Big Data genera una nueva oportunidad para mejorar la prestación de servicios turísticos, y la capacidad, aún incipiente, de proporcionar nuevos servicios personalizados mediante su detección en tiempo real y la adecuación a las necesidades de los clientes.

Contenidos

BIG DATA

Unidad 1. QUÉ ES EL BIG DATA

- 1.1 Qué es el Big Data
- 1.2 Origen del Big Data

Unidad 2. DATOS

- 2.1 Qué es un dato
- 2.2 Como elegir los datos adecuados
- 2.3 Tipos de Big Data
- 2.4 Tipos de datos estructurados
- 2.5 Datos no estructurados
- 2.6 Diferencias entre datos estructurados y datos no estructurados
- 2.7 La importancia de los datos de Big Data

Unidad 3. USOS DE BIG DATA

- 3.1 Por qué es tan importante el Big Data
- 3.2 Cómo desarrollar un producto usando Big Data
- 3.3 Cómo implementar el uso de Big Data en un proyecto empresarial

Unidad 4. ANÁLISIS Y CALIDAD DE DATOS

- 4.1 Cómo realizar un análisis corporativo
- 4.2 Calidad de datos en Big Data
- 4.3 Técnicas de análisis de datos
- 4.4 Técnicas de estudio de datos más sofisticados

Unidad 5. ESTRATEGIAS DE USO DE BIG DATA

- 5.1 Cuál es el tamaño de mercado de Big Data
- 5.2 Como definir una buena estrategia de usos del Big Data
- 5.3 Primer paso de una estrategia de uso de Big Data
- 5.4 Las estrategias se definen en preguntas y respuestas

Unidad 6. RELACIONES CON BIG DATA

- 6.1 Cuál es la relación entre Big Data, Científicos de Datos e Ingenieros de Datos
- 6.2 Por qué Científicos de Datos
- 6.3 Salarios profesionales y estudiosos de este concepto
- 6.4 Cuál es la importancia de los profesionales de Big Data en la industria
- 6.5 Mejores herramientas para utilizar Big Data
- 6.6 Cuestionario: Cuestionario final

BIG DATA EN SECTOR TURÍSTICO

Unidad 1. RESULTADOS DE LA GESTIÓN DE BIG DATA EN EL SECTOR TURÍSTICO

- 1.1 Beneficios

Unidad 2. HERRAMIENTAS EN EL SECTOR TURÍSTICO PARA GESTIONAR EL BIG DATA

- 2.1 Técnicas para la analítica Big Data

Unidad 3. PROYECTO DE INTRODUCCIÓN EN LAS PYMES

- 3.1 Introducción en las pymes
- 3.2 Aplicaciones y herramientas para gestionar los datos obtenidos
- 3.3 Cuestionario: Cuestionario final