

# Programas Asíncronos

## SÍLABO

### I. DATOS GENERALES

|                 |   |                                                                                            |
|-----------------|---|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Curso</b>    | : | Modelos de propensión de compra para mejorar campañas de marketing en el sector financiero |
| <b>Área</b>     | : | Trends                                                                                     |
| <b>Docente</b>  | : | Geider D. Nuñuvero Angeles                                                                 |
| <b>Duración</b> | : | 8 horas académicas                                                                         |

### II. SUMILLA

La presente capacitación tiene como propósito aprender y conocer la parte introductoria de Machine Learning y las etapas en el modelo. Utilizando un caso aplicado basado en la propensión de los clientes a aceptar una campaña de marketing. Se analizará la información para poder entender y proponer modelos supervisados para una mejor toma de decisión.

### III. REQUISITOS

- Jupyter notebook
- Google Colab (contar con Gmail)
- Conocimiento en Python nivel básico
- Conocimiento en estadística nivel básico

### IV. DIRIGIDO A

- Profesionales de las áreas de Business Intelligence, Data y Analytics, Big Data y Business Analytics.
- Personas que trabajan en Banca, Retail, Seguros, Telco.
- Personas interesadas en actualizarse en temas de Advanced Analytics y Machine Learning.
- Profesionales de otras áreas como RRHH, Planeamiento Comercial, CRM, Marketing.

### V. METODOLOGÍA

Los contenidos se desarrollarán siguiendo la secuencia teoría – práctica con evaluaciones modulares, utilizando videos grabados y lecturas como recursos didácticos.

## VI. CONTENIDOS

| Total horas                                                     | 8 horas |
|-----------------------------------------------------------------|---------|
| <b><u>Sesión 1</u></b>                                          |         |
| • Tema 1: Definición de ML, tipos y casos de uso.               |         |
| • Tema 2: Etapas en el diseño de modelos de ML.                 |         |
| • Tema 3: Caso de Uso Campaña de Marketing del sector bancario. |         |
| • Tema 4: Exploration Data Analysis (EDA).                      |         |
| • Tema 5: Valores nulos y atípicos.                             |         |
|                                                                 |         |
| <b><u>Sesión 2</u></b>                                          |         |
| • Tema 6: Ingeniería de Variables.                              |         |
| • Tema 7: Modelos supervisados para la clasificación.           |         |
| • Tema 8: Métricas y Validación de modelos.                     |         |
| • Tema 9: Ajustes de Hiperparámetros.                           |         |

## VII. SISTEMA DE EVALUACIÓN

La nota final del curso se obtendrá a partir de los siguientes rubros de evaluación y pesos asociados:

| Rubro      | Peso |
|------------|------|
| Evaluación | 100% |

## VIII. Docente

**Geider D. Nuñuvero Angeles**

Resumen

- Titulado en Ingeniería Estadística de la Universidad Nacional de Ingeniería, con más 7 años de experiencia en Data Science, Machine Learning especializadas en Instituciones como EdX MIT y Udacity.

- Experto con amplios conocimientos en teoría estadística y aplicación en el manejo de grandes volúmenes de información y herramientas de Big Data y Cloud Computing.
- Especialista en analítica avanzada y econometría aplicada; con trayectoria profesional de Líder y Product Owner en diferentes rubros (Telecomunicaciones, Venta Directa, Seguros y Retail). Actualmente se desempeña como Data Science Product Lead en Backus.