



## BIG DATA EN SECTOR TURÍSTICO



**Área:** HABILIDADES EMPRESARIALES PARA NUEVAS TECNOLOGÍAS

**Modalidad:** Teleformación

**Duración:** 10 h

**Precio:** Consultar

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

[Matricularme](#)

### 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 gestionarlos 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 1 QUÉ ES EL BIG DATA 1.1 QUÉ ES EL BIG DATA 1.2 ORIGEN DEL BIG DATA 2 DATOS 2.1 QUÉ ES UN DATO 2.2 CÓMO 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 3 USOS DE BIG DATA 3.1 POR QUE ES TAN IMPORTANTE EL BIG DATA 3.2 CÓMO DESARROLLAR UN PRODUCTO USANDO BIG DATA 3.3 COMO IMPLEMENTAR EL USO DE BIG DATA EN UN PROYECTO EMPRESARIAL 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 SOFISTICADAS 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 6 RELACIONES CON BIG DATA 6.1 CUÁL ES LA RELACIÓN ENTRE BIG DATA, CIENTÍFICOS DE DATOS E INGENIEROS DE DATOS 6.2 POR QUE 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 turísticos 1 Resultados de la gestión de Big Data en el Sector Turístico 1.1 Beneficios 2 Herramientas en el Sector Turístico para gestionar el Big Data 2.1 Técnicas para la analítica Big Data 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

### METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio**

**desde el que lo haga.** Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.

- En todo momento contará con un **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida.** Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado.** El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

## REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados. No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.