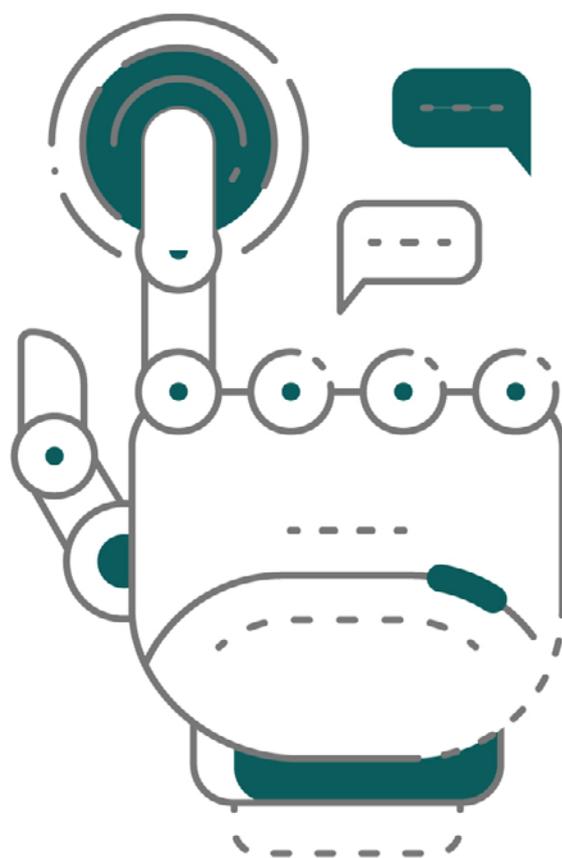


CURSO PRESENCIAL

CURSO PRÁCTICO DE INTRODUCCIÓN A LA IA PARA INVESTIGADORES DE MERCADOS



TERCERA EDICIÓN

Impartido por:
VÍCTOR GIL
10 de septiembre de 2024 - MADRID
De 09:30 h a 14:30 h

 **i+a**
FORMACIÓN

DESCRIPCIÓN

Con lo que ya hemos visto que —mejor o peor— somos capaces de hacer con la ayuda IA, no es necesario convencer a ningún profesional de la investigación de mercados de la conveniencia de prepararse para hacer frente a ese tsunami que también está llamado a revolucionar nuestra industria, y, por ende, las competencias que se requerirán para ejercer la profesión. Asumida esta necesidad, una de las primeras grandes preguntas que probablemente le surge a los profesionales de nuestro sector es por dónde empezar este proceso de reciclaje para que sea lo más rápido posible, y adaptado de forma específica al perfil del investigador de mercados. Si te identificas con esta inquietud, sigue leyendo, porque tal vez este sea el curso que estabas esperando.

Desde I+A hemos desarrollado un curso concentrado cuyo principal objetivo es guiar a los alumnos hacia los recursos formativos y técnicos que se requieren para sacar el máximo provecho a la IA en nuestra profesión.

Partimos de la premisa de que la IA está evolucionado a un ritmo tan vertiginoso que corremos el riesgo de embarcarnos en programas de larga duración que se queden obsoletos antes incluso de arrancar. Además, es prácticamente imposible encontrar programas completos orientados de forma específica a la investigación de mercados. Por otro lado, al tratarse de un área tan novedosa, y sobre la que existe tanta demanda formativa, en Internet existen miles de recursos para la autoformación y el reciclaje continuo. Si tenemos claro lo que queremos aprender, no nos faltarán recursos — incluso gratuitos— para autoformarnos.

En definitiva, presentamos un curso de IA para investigadores, hecho por investigadores e impartido por investigadores.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

- Técnicos cuantitativos, cualitativos y analistas de datos de institutos, agencias de publicidad, agencias de medios o departamentos de investigación de empresas que buscan entender de una forma práctica todo lo que la IA les ofrece en el momento actual para, posteriormente, iniciar un proceso de autoformación más completo o elegir un programa que responda a sus necesidades.
- Profesionales de la investigación de mercados y opinión que, aunque no se planteen aplicar de forma directa los conocimientos adquiridos, desean tener una visión global de todo lo que se puede hacer con la IA y su capacidad de transformación del negocio.

Al tratarse de un curso introductorio no se requieren conocimientos técnicos previos. No obstante, se da por hecho que el alumno está familiarizado con las tareas y técnicas tradicionales de la investigación de mercados, como las encuestas, focus group, entrevistas en profundidad, etc.

FECHA Y LUGAR

10 de septiembre de 2024

ISDI - Calle de Viriato, 20, 28010 Madrid.

De 09:30 h a 14:30 h

ENFOQUE PEDAGÓGICO

A nadie se le escapa que la especialización en los usos prácticos de la AI requiere una cierta inmersión en territorios, como la programación o el mundo del software open source, que están alejados de las competencias tradicionales del investigador de mercado, y que, en algunos casos, pueden incluso resultar algo intimidantes. Pues bien, a través de un enfoque hands-on en este curso se tratará de romper con cualquier temor o barrera a enfrentarse a conocimientos que eran exclusivos de perfiles muy tecnológicos. Trataremos de acabar con algunos mitos como que solo los programadores programan o que solo las grandes empresas tienen fácil acceso a los recursos computacionales que se requieren para customizar y crear modelos avanzados mediante machine learning. Y no lo haremos desde la teoría, sino desde la puesta en práctica a lo largo de la sesión.

¡Nada de power point! Desde el inicio de la sesión nos sumergiremos en un notebook repleto de código de Python que ejecutaremos para que, en vivo y directo, experimentes cómo hoy todo es mucho más sencillo que hace solo un año.

Además, todos los ejemplos y casos prácticos estarán directamente relacionados con procesos habituales en la investigación de mercados cualitativa y cuantitativa (como la codificación de preguntas abiertas, elaboración de cuestionarios, elaboración del informe, etc), de modo que el alumno pueda desde el principio entender la relación entre lo que está aprendiendo y su trabajo.

Como se ha señalado, este curso, por su corta duración, se ha concebido como una introducción que guíe a los profesionales de la investigación hacia una formación completa que responda a sus intereses y necesidades. Como necesario complemento al curso, se ofrecerá el acceso a un repositorio con una serie de recursos formativos online seleccionados para ampliar lo visto en la sesión. Se trata de cursos que, en la mayoría de los casos, tienen unos precios muy asequibles.

OBJETIVOS

Al finalizar el curso el alumno habrá adquirido los siguientes conocimientos y competencias:

- Una visión general de los diferentes campos de la IA que tienen un impacto sobre las tareas del investigador de mercados (machine learning, Deep learning, nlp, IA Generativa, etc)
- Conocer las competencias asociadas a los diferentes usos de la IA aplicada a la investigación.
- Principales recursos de software y hardware para iniciarse en la ciencia de datos con IA.

PROGRAMA

BLOQUE I. Preparando el terreno para la ciencia de datos y la IA aplicada: Software, hardware y fundamentos de estadística

Programando sin saber programar

- Ventajas de la programación frente al uso de herramientas de IA (Autonomía, automatización, etc)
- Programar sin saber programar: aplicación de IA Generativa (como chatGPT) a la programación.
- Lenguajes de programación más habituales en ciencia de datos y machine learning
- Conceptos básicos de programación en Python (sintaxis, tipos de datos, estructuras de datos, control de flujo, funciones, módulos, manejo de excepciones, comprensión de listas y operaciones de entrada/salida)
- Librerías de Python para la ciencia de datos e IA (Pandas, Seaborn, Scikit)

Computación con recursos limitados

- En la nube: Google Colab, funcionamiento básico y conexión con otros servicios en la nube, como Google Drive. Modelos de suscripción (en la sesión se utilizará la modalidad gratuita)
- En local: Anaconda y Jupyter

Ciencia de Datos, IA, machine learning y NLP

- Qué entendemos por AI y cuáles son los subcampos que más impacto tienen en investigación de mercados.
- Conceptos básicos de machine learning: Algoritmos, modelos, overfitting, underfitting, validación cruzada y métricas de evaluación.

Bloque II. Hands-On: Casos prácticos de aplicación de la IA a los procesos de investigación

Desk Research: Agregar, resumir y esquematizar documentos

- Soluciones para el proceso de documentación previa (desk research) en temáticas que no dominamos. Agregar, resumir y esquematizar documentos, artículos y papers.
- Limitaciones de las IA Generativas, como las ventanas de contexto y las alucinaciones.
- Crear borradores de cuestionarios, reuniones de grupo y entrevistas en profundidad.

Trabajo de campo: extracción, exploración, depuración y almacenaje del dato.

- **Webscraping: captura de datos de páginas web y redes sociales**
 - Librerías básicas para webscraping: Selenium, BeautifulSoup, etc
 - Límites éticos y legales
- **API's ((Application Programming Interface)**
 - Concepto y ejemplos de datos accesibles vía API
 - Tipos de API y de consultas.
- **Almacenamiento de los datos**
 - Tipos de base de datos (SQL y NoSQL)
 - Soluciones sencillas como SQLite para proyectos con grandes volúmenes
- **EDA (Análisis Exploratorio de Datos)**
 - Librerías básicas para la exploración de datos
 - Exploración estadística (Pandas)
 - Exploración visual (Seaborn)
 - Transformaciones básicas de datos mediante código.

Análisis de datos: soluciones IA para llevar nuestra investigación más allá

- **Procesamiento del Lenguaje Natural (NLP)**
 - De las nubes de palabras a la identificación de entidades (NER)
 - Presentación del concepto de embeddings (representación vectorial de textos) y Transformers.
 - Construcción de modelos de categorización de textos con herramientas de Auto-ML (PyCaret y Auto-Train)
- **Transformaciones de contenidos con código y modelos open source**
 - Huggingface: la navaja suiza de los modelos open source.
 - Descomposición del vídeo en audio e imágenes (frames)
 - Transformación Audio a texto: modelos de transcripción y diarización (identificación) de hablantes.
 - Detección de idioma y traducción masiva de textos
- **Categorización y codificación de textos con IA Generativa**
 - Presentación de las API de OpenAI y Claude y sus playground
 - Creación automática de categorías / libro de códigos
 - Codificaciones complejas multinivel vía API
- **Análisis de imágenes y vídeos**
 - Categorización de imágenes con modelos multimodales (GPT-4V y Llava) vía API.
 - Reconocimiento de objetos (como logotipos o productos) y caras en vídeos y fotos.

Reporting: nuevas formas de entregar los resultados

- Automatización de la redacción de conclusiones mediante IA Generativa (evitar las temidas alucinaciones)
- Creación de asistentes virtuales basados en datos y conclusiones de estudios: De los GPTs de chatGPT a asistentes virtuales complejos.

Bloque III. Itinerario formativo complementario

- Presentación y revisión de la curación de contenidos realizada para profundizar en las materias vistas en el curso.
- Recogida de expectativas de los alumnos para próximos cursos organizados por I+A.
- Presentación del Grupo de Inteligencia Artificial de I+A liderado por Jaime Agulló.

SOBRE EL FORMADOR

Víctor Gil acumula una trayectoria de más de 25 años como investigador de mercados desempeñada en agencias de publicidad, institutos y agencias de social listening. Cuenta una amplia experiencia en la elaboración de estudios basados en desk esearch, investigación primaria cuantitativa (encuestas) y cualitativa (EPF, Focus Group, etnográficas) y social listening. A lo largo de su dilatada carrera ha co-fundado diversas empresas de investigación, entre las que destacan The Cocktail Analysis y Nethodology (Grupo Ael). Actualmente se encuentra inmerso en la puesta en marcha de una nueva empresa especializada en IA aplicada a la investigación de mercados y de consumidor (Science4Insights). Es Licenciado en Sociología (Universidad de Salamanca, 1998) y Máster en Big Data y Data Science (Universidad de Barcelona, 2023). Es autor de los libros “Crossumer, claves para entender al consumidor de nueva generación” (Gestión 2000, 2008) y “Coolhunting, el arte y la ciencia de descifrar tendencias” (Empresa Activa, 2009). Ha publicado decenas de artículos científicos y divulgativos sobre investigación en diversas revistas. Colabora con diferentes programas de posgrado de Universidades y Escuelas de Negocio.

EQUIPO REQUERIDO

- Ordenador portátil (no Tablet), con sistema operativo Mac o Windows, habilitado para conexión a WiFi e instalación de software local.
- Colab, que es el entorno en la nube en la que realizaremos la mayoría de los ejercicios, no requiere de especificaciones técnicas elevadas de equipo, pero si el ordenador tiene algún problema de lentitud podría afectar al aprovechamiento del curso. Para el acceso a Colad se requiere una cuenta de Gmail de Google, por lo que, si no se dispone de una, se recomienda crearla antes de la sesión.



AFORO LIMITADO

25 personas.

CUOTAS DE INSCRIPCIÓN

Hasta el 5 de septiembre

Socios y/ o empleados de empresas asociadas: 110,00€ + 21% IVA = 133,1€	No socios: 220,00€ + 21% IVA = 266,2€
---	---------------------------------------

A partir del 6 de septiembre

Socios y/ o empleados de empresas asociadas: 165,00€ + 21% IVA = 199,65€	No socios: 305€ + 21% IVA = 369,05€
--	-------------------------------------

Estudiantes de grado o postgrado (imprescindible aportar copia de la matrícula del curso actual)

Socios y/ o empleados de empresas asociadas: 55,00€ + 21% IVA = 66,55	No socios: 82,00€ + 21% IVA = 99,22€
---	--------------------------------------

*Plazas limitadas

*Imprescindible confirmar asistencia

** 12% de descuento en el 2º y 3er inscrito

** 15% de descuento a partir del 4º inscrito

Una vez inscrito a través del formulario recibirá un correo electrónico de confirmación con toda la información necesaria para efectuar el pago

INSIGHTS + ANALYTICS ESPAÑA

C/Ferraz 35, 3º dcha. 28008 Madrid | Tel: 637 209 380 | 647 065 633 | 647 065 616

secretaria@ia-espana.org | www.ia-espana.org