

Temario CertiProf.

Certificación Internacional

Data Storytelling Professional Certification – DSTPC™

Esta certificación capacita en la comunicación eficaz de insights mediante la narración de datos. Aprenderás a convertir análisis complejos en narrativas claras y visuales utilizando principios de psicología y storytelling.



Información del programa.

Objetivos del programa.

- Conocerás la razón por la cual es importante contar historias con datos.
- Obtendrás buenas prácticas a implementar para la visualización de datos.
- Aprenderás sobre la anatomía de una historia de datos.
- Conocerás sobre la fundación de una historia de datos.
- Sabrás estructurar una historia de datos.
- Sabrás cómo dirigir el cambio con insights.
- Aplicarás la psicología del data storytelling.

Perfil del participante.

- Gerentes de marketing y CX.
- Consultores de experiencia del cliente.
- Profesionales involucrados en la gestión de puntos de contacto y satisfacción del cliente.
- Atención al cliente, marketing, ventas, diseño de servicios, gestión de productos, CX, UX, y otros roles centrados en el cliente.
- Miembros de equipos responsables de la implementación de estrategias CX.

Para mayor información contactar:

☎ +503 7840-2073 ✉ info@inmersiongroup.com



Capítulo 1.

- ¿Por qué el cambio es importante?
- Todos Debemos ser Analistas.
- El Alfabetismo en Datos es Esencial para la Economía Actual.
- ¿Qué es un insight?
- Histograma de Ventas.
- La Comunicación Efectiva Transforma los Insights en Acciones.
- 5 Pasos Clave para Entregar Valor con Analítica de Datos:
- El Cambio de una Organización a una que Toma Decisiones con los Datos no es Sencillo.
- Busque Comunicar, no solo Informar.
- Contando la Historia de sus Datos.

Capítulo 2.

- Experimento Académico.
- Tres Elementos Esenciales de las Historias con Datos.
- Explicar.
- Iluminar.
- Comprometer (engage).
- Los Contadores de Historias de Datos Efectivos Pueden Conducir al Cambio.
- Triángulo de la retórica de Aristóteles.
- Generando Acciones con Historias de Datos.
- ¿Por qué sus insights necesitan narrativa y visualización?
- Información Ilustrada Supera a la Información de solo Texto.

Capítulo 3.

- Tasa de Mortalidad de Fiebre Infantil en la Clínica #1.
- La Mayor Cantidad de Decisiones no son Basadas en la Lógica.
- Dos Sistemas para la Toma de Decisiones.
- Formas Geométricas del Cortometraje de Heider y Simmel.
- ¿Cómo reaccionamos a los hechos?
- ¿Cómo reaccionamos nosotros a las historias?



- Las Historias de Datos unen nuestra Lógica y Emoción.
- El Error de Seemelweis.
- Cómo Puedo Contar una Narrativa de Datos:

Capítulo 4.

- Informativo vs Iluminador (informative vs insightful).
- Exploratorio vs Explicativo (Exploratory vs Explanatory).
- Abstracto vs Concreto.
- Continuo vs Finito.
- Automático vs Curado.
- ¿Qué es data storytelling?
- Seis Elementos Esenciales de una Historia de Datos.
- Comparación de Formatos de Noticias e Historias Literarias.
- Elemento 1: Fundación de Datos.
- Elemento 2: Punto Principal.
- Elemento 3. Enfoque Explicativo.
- Elemento 4. Secuencia Lineal.
- Elemento 5. Elementos Dramáticos.
- Elemento 6. Anclas Visuales.
- Las Historias de Datos Vienen en Todas las Formas y Tamaños.
- Diferencias entre la Comunicación Directa e Indirecta.
- Conozca a su Audiencia Antes de Contar su Historia.
- Cuando Tiene Sentido Comunicar un Insight en una Historia de Datos.

Capítulo 5.

- Cada Historia de Datos Necesita un Insight Central.
- La Aproximación de 4 Dimensiones Ayuda como Guía para Navegar por los Números.
- El Marco 4D para Encontrar Insights Significativos.
- ¿Usted tiene un insight accionable?
- ¿Por qué a sus audiencia le debe importar?
- El Proceso de Análisis: De la Exploración a la Explicación.

- Diferencias Entre los Dos Estados del Proceso Analítico.
- Falsificación de Datos #1: Cortar los Datos.
- Falsificación de Datos #2: Role de Datos.
- Falsificación de Datos #3: Decoración de Datos.
- El Proceso de Análisis: De la Exploración a la Explicación.
- Analizar y Comunicar Datos Demanda Disciplina.
- Sesgo de Confirmación.
- Sesgo de Sobreviviente.
- Sesgo: Maldición de Conocimiento.
- Falacia de Correlación.
- Falacia del Francotirador de Texas.
- Falacia de la Rápida Toma de Decisión Generalizada.
- Cuando Mucho de Algo Bueno Puede Volverse Malo.

Capítulo 6.

- Estructura Trágica de Aristóteles.
- Pirámide de Freytag's.
- Viaje Heroico de Campbell's.
- La Jornada del Héroe Joseph Campbell.
- El Arco del Data Storytelling.
- Setting.
- Rising Insights.
- Aha Moment.
- Solution and Next Steps.
- Comparación de Modelos de Comunicación.
- Reforzando su Narrativa con Puntos de Historia.
 1. Cambio en el Tiempo.
 2. Relaciones.
 3. Intersección.
 4. Avance de Proyecto.
 5. Compara y Contrasta.



- 6. Drill Down.
- 7. Zoom Out.
- 8. Cluster.
- 9. Outliers.
- Nueve Tipos Comunes de Narrativa con Puntos de Historia.
- Escribiendo el Guion de su Historia de Datos.
- Paso 1: Identificar su Momento Aha.
- Paso 2: Encuentre su Principio (El Anzuelo de su Historia y los Sigüientes Pasos).
- Paso 3: Seleccione sus Insights de Ascenso.
- Paso 4: Empodere su Audiencia a Actuar.
- Cuando Ellos Solo Quieren los Hechos.
- Revelando los Héroes en su Historia.
 - 1. Determinar Donde sus Insights Intersecan con Personas.
 - 2. Construir una Persona Guiada por los Datos de su Héroe.
 - 3. Dar a su Héroe una Identidad.
 - 4. Dar a su Héroe una Voz.
 - 5. Mostrar el Viaje de su Héroe.
- El Conflicto Amplifica el Impacto de su Narrativa de Datos.
- Teoría Unificada de 2+2.
 - 1. ¿Qué ocurre luego?
 - 2. Llene los Espacios en Blanco.
 - 3. ¿Ve usted lo que yo veo?
- Haga sus Ideas Más Comprensibles con Analogías.

Capítulo 7. Visualizaciones 1.

- Atributos de Atención.
- Principios Comunes de Gestal.
- Existen 7 Principios Para una Mejor Visualización en Data Storytelling.
- Principio1: Visualizar los Datos Correctos.
- Veamos un Ejemplo.
- Gráfico con un Sólo Eje.

- Calcular Métricas Puede Ayudar a Resolver un Problema.
- Añadir Contexto Puede Cambiar el Mensaje.
- Otro Ejemplo.
- Mostrar la Diferencia Puede Adicionar Énfasis a tu Punto Clave.
- Principio 2. Escoger la Visualización Correcta.
- Gráfico de Pastel vs Gráfico de Barras.
- Familiaridad versus Novedad.
- Gráfico de Barras vs Gráfico de Pendiente.
- Alternativas de Varianza: Gráfico Dumbbell vs Gráfico Tadpole.
- Principio 3. Calibrar la Visualización a su Mensaje.
- Los Datos de las Analistas no están Alineados Apropiadamente con su Mensaje.
- Gráfico Anidado vs Gráfico de Barras en Panel.
- La Consistencia Facilita las Comparaciones.

Capítulo 8. Visualizaciones 2. Puliendo las Escenas de su Historia de Datos.

- Ambos Gráficos Comparten el Mismo Defecto.
- Los 7 Principios para una Mejor Visualización en Data Storytelling.
- Principio 4. Remueva el Ruido Innecesario.
- Simplificar un “Gráfico Spaghetti” para Reducir el Ruido.
- Combinar los valores menos importantes en “otros”.
- Usar un Gráfico de Panel para Separar las Capas de Ruido.
- Diferentes Métodos de Entregar las Escenas de su Historia.
- Ejemplos de Chartjunk.
- Líneas de Cuadrícula.
- Uso de Color sin Ninguna Estrategia.
- Escalas.
- Efectos Artísticos.
- Abuso de Etiquetas.
- Enfoque la Atención en lo que es Importante.
- Los Siguients 4 Métodos Ayudan a Enfocar la Atención.

- Elija qué Datos Poner en Primer y Segundo Plano.
- Color Secuencial en una Paleta de Colores.
- Divergiendo la Paleta de Colores.
- Paleta de Colores Categórica.
- 2. Texto.
- Los Títulos Explicativos Pueden Ayudar a Contar la Historia.
- Use Anotaciones para Guiar a la Audiencia a través de los Datos.
- Tipografía.
- Use Elementos Tipográficos para Centrar la Atención.
- Capas.
- Usar Capas Puede Dividir un Gráfico Complejo en Partes Manejables.
- Principio 6. Haga de sus Datos Algo Accesible y Apelante.
- Etiquetado.
- Etiquetado Directo.
- Texto Legible.
- Incrementos Simples.
- Líneas de Referencia.
- Líneas de Anclaje.
- Líneas de Tendencia.
- Zonas Sombreadas.
- Cuadrículas y Secciones.
- Formato.
- Daltonismo.
- Clasificación.
- Relación de Aspecto.
- Suavizar.
- Transparencia y Jittering.
- Adherencia de Convención.
- Polaridad del Color.
- Asociación del Color.
- Variable Independiente en Eje X.

- Dirección.
- Posición de Inicio.
- Imágenes.
- Las Blusas Más Vendidas de la Temporada.
- Principio 7: Inculque Confianza en sus Números.
- Eje Truncado.
- Ejes Truncado (Área).
- Eje Exagerado.
- Intervalos de Tiempo Inconsistentes.
- Agrupamiento Irregular.
- Proporciones Erróneas.
- Falta de Fuentes.
- Una Aproximación Principal a Contar Historias con Visualizaciones.

Capítulo 9. Desarrollando su Propia Historia de Datos.

- Tres Claves para Convertirse en un Agente de Cambio.

Conoce más sobre nosotros.



Somos tu aliado para transformar el aprendizaje en éxito profesional.

Somos **Immersion International Business School**. Ofrecemos soluciones integrales y trabajamos para potenciar el talento humano y fortalecer a las empresas, ayudándolas a transformar desafíos en oportunidades.

Elige tu modalidad



Programas abiertos.

Accesibles a diferentes empresas con objetivos de aprendizaje en común.



Programas cerrados.

Se adaptan y enfocan a los objetivos y necesidades de cada empresa.

Tenemos presencia en



Nuestros servicios



Capacitaciones

Diseñadas para impulsarte.



Certificaciones

Avaladas internacionalmente.



Consultorías

Personalizadas para tu caso.

Somos

#CertiProfPartner

En la actualidad, somos Training v Autorizado de CertiProf, un líder dedicado formar profesionales, potenciando sus habilidades en el ámbito laboral.

Hemos sido aprobados para brindar un servicio de calidad y ayudarte a alcanzar tus objetivos profesionales.



Para mayor información contactar:

+503 7840-2073 info@inmersiongroup.com

