

大数据营销与业务应用趋势 课程大纲

课程收益：

通过本课程的学习，培育一批真正掌握大数据的知识，并在实践中善于创造性地把大数据的知识用于具体操作的实务人才；

全面深刻了解大数据产业链及相关的内容，能够建立科学高效的移动互联网创新及大数据应用流程，有效传达到位并推动实施。

大数据战略思维概述

大数据的定义和特征

大数据 4V 特征及概述

大数据，变革商业

大数据，变革思维

预测，大数据的核心

理解大数据

1.不是随机样本，而是全体数据

小数据时代的随机采样，最少的数据获得最多的信息

2.不是精确性，而是混杂性

大数据的简单算法比小数据的复杂算法更有效

纷繁的数据越多越好

混杂性，不是竭力避免，而是标准途径

3.不是因果关系，而是相关关系

大数据，改变人类探索世界的方法

大数据的实际应用

数据化：一切皆可“量化”

量化一切，数据化的核心

当文字变成数据（微博微信）

当方位变成数据（移动互联网）

当沟通成为数据

大数据颠覆营销方式

第一节 信息获取方式的变革——信息聚合

第二节 信息推送方式的变革——在线广告

第三节 行为广告领域将孕育“新谷歌”

第四节 大数据驱动的精营销

大数据业务创新方法方式

数据创新 1：数据的再利用

数据创新 2：重组数据

数据创新 3：可扩展数据

数据创新 4：数据的折旧值

数据创新 5：开放数据

大数据掀起的企业组织变革

第一节 大数据重塑企业内部价值链

第二节 大数据推动企业组织管理变革

第三节 企业领导人要为组织变化做好准备