

# 数据货币化

## 课程定位与课程目标

当云计算、大数据、移动工具逐渐构成一个生态后，数据量每日都在呈几何型在增长。此时企业级用户已不能从单一项去审视数据产生的结果，必须以一种融合的方案去洞察数据产生的分析，而通信行业、金融行业、互联网行业正在相互渗透与合作来提供这类端到端的服务。

“数据是一种资源，并且在货币化。”通过云、大数据、移动工具产生的数据，可以有效的看到市场变化、人口变化、市场行为及模式的变化，以此来改变企业的资产组合，调整市场策略。

通过把硬件、软件、服务、咨询融合成一套解决方案，企业级用户可以这套数据解决方案为基础做出判断。

**适用学员：**从事金融行业和通信行业的构架师、数据分析师、程序员、工程师、产品经理

## 课程设计：

课程编号：	21090203016
授课课时：	6至12学时
授课条件：	学员必须具有基本的计算机知识

## 内容摘要：

### 第一讲：什么是大数据和云计算

1. 为什么现在关注数据
  - 1.1 数据正在产生
  - 1.2 计算能力多元化
  - 1.3 对客户关系管理的兴趣非常强烈
  - 1.4 商业信用的数据分析
2. 云计算的发展未来
  - 2.1 云计算的由来
  - 2.2 云计算对高端客户的合围
  - 2.3 云计算对金融理财产品的支撑

## **第二讲：数据货币基础**

### **1. 数据与信用**

- 1.1 信用的本质
- 1.2 数据信用的产生和发展
- 1.3 信用的数据职能

### **2. 数据信用形式**

- 2.1 商业信用
- 2.2 银行信用
- 2.3 国家信用
- 2.4 消费信用

### **3. 信用工具**

- 3.1 信用工具的特征
- 3.2 信用工具的分类
- 3.3 信用升值与贬值

## **第三讲：数据货币应用**

### **1. 数据货币改进直接营销活动**

- 1.1 响应建模
- 1.2 优化固定预算的响应
- 1.3 优化活动收益率
- 1.4 抵达最受信息影响

### **2. 数据货币应用于客户关系管理**

- 2.1 匹配客户的活动
- 2.2 减少信用风险
- 2.3 确定客户价值
- 2.4 交叉销售、追加销售和推荐

### **3. 数据货币保留**

- 3.1 识别流失

- 3.2 流失是什么问题
- 3.3 不同类型的流失
- 3.4 不同类型的流失模型

#### **第四讲：数据货币化的合法性**

- 1. 货币的变化
  - 1.1 马克思对货币起源的论证
  - 1.2 价值形式的发展与货币的产生
  - 1.3 数据货币化的法律范畴
- 2. 实施案例
  - 2.1 汇丰银行
  - 2.2 花旗银行
  - 2.3 高盛集团

授课语言：

中文