

LA TECHNOLOGY TRANSFER PRESENTA

MIKE FERGUSON

MACHINE LEARNING E ADVANCED ANALYTICS

ONLINE LIVE STREAMING

1-2 DICEMBRE 2020



info@technologytransfer.it
www.technologytransfer.it

DESCRIZIONE

Oggi attraverso la connessione a Internet il potere dell'utente è quasi senza limiti. Internet ha dato la libertà di scegliere in un modo che il business non avrebbe mai potuto immaginare. Si può navigare con facilità sui siti Web dei concorrenti, si possono comparare i prezzi, si può valutare il "sentiment" sul business e ribaltare la fiducia con un singolo click, in qualsiasi momento e in qualsiasi posto con un'apparecchiatura mobile. Inoltre l'emergere dei social media attesta che gli utenti hanno anche una voce. Hanno la possibilità di esprimere le proprie opinioni sui prodotti e i brand su Twitter, Facebook, criticare i siti Web e creare social network per attrarre followers e seguirne altri.

Per molti CEO trattenere il cliente, mantenere la sua fedeltà, dare sempre più servizi sono al top della propria agenda. In aggiunta migliorare l'efficacia dell'operational costituisce un'altra priorità. Il solo modo per raggiungere questi obiettivi è quello di acquisire più dati. Il marketing vuole accedere a nuovi dati per aumentare la propria conoscenza sul cliente. I nuovi dati sono necessari per avere una conoscenza più approfondita sul comportamento del cliente per meglio segmentare e i COO vogliono più dati per rendere più efficaci le operations.

Viene pertanto aggiunta della strumentazione in modo che le operation possano acquisire nuovi dati. Con così tanta domanda siamo ora in un momento in cui i dati non sono mai stati tanto importanti per le aziende nel contribuire a creare un vantaggio competitivo.

Questo seminario esamina la necessità di catturare nuove sorgenti dati da aggiungere a quelle già note e spiega perché usare Machine Learning per scoprire, profilare e catalogare in maniera automatica i dati contenuti in queste nuove sorgenti. Si guarda a come Machine Learning e le tecniche analitiche avanzate, come analisi del testo, sentiment analysis, graph e streaming Analytics, possono essere usate su larga scala sui Big Data per fornire nuove informazioni che favoriscano la crescita, riducano i costi, migliorino l'efficacia e il vantaggio competitivo.

In particolare i partecipanti impareranno:

- Come le caratteristiche dei dati e dell'analitica possono determinare l'approccio e i tools per fare una Exploratory Analytics
- Come sviluppare modelli analitici usando Machine Learning
- Come sviluppare modelli di Machine Learning su Apache Spark e Hadoop
- Tools per costruire modelli di Machine Learning
- Tools per il deploying, monitoraggio e ri-training dei modelli di Machine Learning
- Tools e tecniche per Discovery, Analisi e visualizzazione di dati multi-strutturati
- Text e Sentiment Analysis
- Scalare la text analysis per farla girare su Hadoop e Spark
- Analisi del clickstream
- Graph Analysis: 4 tecniche per identificare i path più corti, analizzare la connettività, identificare le comunità, determinare gli influencer e le persone importanti nei social network ecc.
- Scalare la Graph Analysis su Apache Spark GraphX
- Analizzare i Fast Data in real-time usando Streaming Analytics
- Deep Learning con networks neurali multi-livello
- Far leva su Machine Learning e Advanced Analytics in modo rapido e semplice dai report di self-service BI e dashboard per l'accesso via Web o su dispositivi mobili

PROGRAMMA

1. Un'introduzione all'esplorazione, scoperta e visualizzazione dei dati

Questa sessione introduce gli aspetti di Data Discovery e Visualization e spiega perché sono necessarie per il business.

- Nuove sorgenti dati: dati strutturati e dati multi-strutturati
- Quali sono i diversi workloads analitici?
- Tipi di tool di Data Science
- Perché il business ha bisogno di questa nuova capability? Esempi di casi d'uso di Machine Learning
- Gli skills richiesti per Data Discovery e Visualization
- Creare una strategia di Business allineata all'Analitica

2. Cominciare con la Predictive Analytics e Machine Learning

Andando verso lo smart business, lo sguardo indietro nel tempo non è sufficiente per prendere delle buone decisioni. Le aziende devono modellare il futuro per fare previsioni in modo da anticipare i problemi e reagire nei tempi giusti. La Predictive Analytics diventa dunque un elemento importante in qualsiasi iniziativa di BI. Questa sessione introduce la Predictive Analytics e mostra come può essere usata nell'analisi e nell'ottimizzazione del business.

- Cosa è la Machine Learning?
- Tecnologie e metodologie per sviluppare modelli Predictive Analytical
- Utilizzare un apprendimento con supervisione per sviluppare modelli predictive per classificazione automatica
- Popolari algoritmi predictive: regressione lineare, naive bayes, alberi delle decisioni, random forest, reti neurali, support vector machines
- Implementare analitica in-Hadoop e in-memory usando SPARK
- Notebooks di Data Science usando Databricks

- Cloud, Apache Zeppelin, Jupyter, RStudio
- Accedere ai dati in HDFS usando SQL per costruire modelli
- Accedere agli algoritmi di Machine Learning di Spark dai tools di Data Mining
- Schierare modelli predictive come un servizio nei databases analitici e in Hadoop
- Industrializzare il deployment dell'Enterprise Modeling usando piattaforme MLOps come Algorithmia
- Integrare Predictive Analytics con event stream processing per l'analisi automatica di eventi ad alta velocità che accadono nelle operazioni giornaliere di business
- Accedere alla Predictive Analytics dai tools di self-service BI e dagli spreadsheets
- Clustering data usando algoritmi di learning
- Accelerare lo sviluppo del modello usando Tools di Machine Learning Automation
- Tools di Data Science: Cloudera Data Science, Workbench, IBM Watson Studio, Sagemaker
- Deep Learning: Google Tensorflow, deepsense.io, Rytorch
- Andare oltre il Predictive con Reinforcement learning e RAY

3. Advanced Analytics per dati multi-strutturati

Questa sessione esamina le tecnologie analitiche emergenti per dati multi-strutturati e spiega come usarli. Non tutti i progetti analitici sono implementati con la tecnologia relazionale specialmente quando si tratta di alti volumi e contenuti non strutturati. Qui si valuta l'emergenza di Advanced Analytics usando piattaforme Big Data NoSQL come Hadoop e gli approcci per analizzare contenuti complessi e non strutturati in modo da creare valore di business.

- Tecniche per produrre informazioni valide da contenuto non strutturato
- Tools e tecniche per analizzare testo
- Voce del cliente e social media analytics
- Analisi del clickstream

- Streaming Analytics
- Graph Analysis
- Intelligenza Artificiale

4. Search, BI e Big Data

Questa sessione valuterà il ruolo sempre crescente del Search in un ambiente analitico. Fino ad oggi il Search è stato incorporato nei tools di BI ma oggi, con l'avvento dei Big Data come una piattaforma per analizzare informazione non strutturata, sta assumendo un nuovo ruolo.

- Perché Search e BI?
- L'importanza sempre crescente di analizzare contenuto non strutturato
- Le implicazioni dei Big Data su Search e BI
- Creare indici Search sui dati multi-strutturati
- Costruire dashboards e reports sopra il contenuto indicizzato del Search Engine
- Usare il Search per analizzare dati multi-strutturati
- L'integrazione di Search con le tradizionali piattaforme di BI
- Usare Search per trovare contenuti e metriche BI
- Analisi guidata usando multi-faceted Search
- Il mercato dei tools analitici basati su Search: Apache Solr (Lucene), Attivio, Cloudera Search, Connexica, HP IDOL, IBI WebFocus Magnify, IBM Watson Explorer, Microsoft, Quid, SAP Lumira, Splunk, Thoughtspot

5. Usare i tools Self-Service di Data Discovery e Visualization

I tools self-service di Data Discovery e Visualization vengono spesso venduti ai dipartimenti di business in modo che gli analisti del business possono cominciare a costruire le proprie applicazioni di BI senza dover aspettare l'IT. Di conseguenza spesso si comincia a usarli senza nessuna guida da parte dell'IT e molto velocemente creano inconsistenza e caos. Questa sessione descrive le Best Practices nel dispiegamen-

to di questi tools per massimizzare i benefici di business attraverso il data management, il riuso e l'integrazione con gli ambienti esistenti di BI/DW per facilitare la consistenza.

- Il mercato dei tools di Self-Service BI: Microsoft PowerBI, Qlik Sense, Tableau, MicroStrategy, Oracle Analytics Cloud, ThoughtSpot, Information Builders WebFOCUS, IBM Cognos Analytics, SiSense etc.
- Principali caratteristiche dei tools self-service di Data Discovery e Visualization
- I requisiti fondamentali e le Best Practices per un self-service BI di successo
- Tools di self-service BI che accedono ai Big Data attraverso SQL su Hadoop
- Semplificare l'accesso ai dati da parte dei tools di self-service BI ai molteplici Data Store attraverso la virtualizzazione dei dati: Logical Data Warehouse
- Accedere all'analitica predittiva in-Database, in-Hadoop e in-Sparke dei tools di self-service BI e spread-sheets
- Accedere agli streaming data e analitica real-time dai tools self-service BI e spread-sheets
- Integrazione con Advanced Analytics nel Cloud e on-premises
- OLAP Scalabile su Hadoop: Analisi multidimensionale usando ATScale, Kyvos Insights e Apache Kylin

Partecipanti

- Analisti di Business
- Data Scientists
- Managers di BI
- Professionisti di Data Warehousing
- Enterprise Architects
- Data Architects
- CIO
- IT Managers

INFORMAZIONI

QUOTA DI PARTECIPAZIONE Quota senza Traduzione Simultanea € 1100(+iva) Quota con Traduzione Simultanea € 1200(+iva) La quota di partecipazione comprende documentazione.	MODALITÀ D'ISCRIZIONE Il pagamento della quota, IVA inclusa, dovrà essere effettuato tramite bonifico, codice IBAN: IT 03 W 06230 03202 000057031348 Banca: Cariparma Agenzia 1 di Roma intestato alla Technology Transfer S.r.l. e la ricevuta di versamento inviata insieme alla scheda di iscrizione a: info@technologytransfer.it	CONDIZIONI GENERALI In caso di rinuncia con preavviso inferiore a 15 giorni verrà addebitato il 50% della quota di partecipazione, in caso di rinuncia con preavviso inferiore ad una settimana verrà addebitata l'intera quota. In caso di cancellazione del seminario, per qualsiasi causa, la responsabilità della Technology Transfer si intende limitata al rimborso delle quote di iscrizione già pervenute.	TUTELA DATI PERSONALI Ai sensi dell'art. 13 della legge n. 196/2003, il partecipante è informato che i suoi dati personali acquisiti tramite la scheda di partecipazione al seminario saranno trattati da Technology Transfer anche con l'ausilio di mezzi elettronici, con finalità riguardanti l'esecuzione degli obblighi derivati dalla Sua partecipazione al seminario, per finalità statistiche e per l'invio di materiale promozionale dell'attività di Technology Transfer. Il conferimento dei dati è facoltativo ma necessario per la partecipazione al seminario. Il titolare del trattamento dei dati è Technology Transfer, Piazza Cavour, 3 - 00193 Roma, nei cui confronti il partecipante può esercitare i diritti di cui all'art. 13 della legge n. 196/2003.
DURATA ED ORARIO 2 giorni 9.30-13.00 14.00-17.00 Il seminario sarà tenuto in lingua inglese con la possibilità di avere la Traduzione Simultanea	TECHNOLOGY TRANSFER S.r.l. Piazza Cavour, 3 00193 ROMA (Tel. 06-6832227) Vi consigliamo di far precedere la scheda d'iscrizione da una prenotazione telefonica.	SCONTI I partecipanti che si iscriveranno al seminario 30 giorni prima avranno uno sconto del 5%. Se un'azienda iscrive allo stesso evento 5 partecipanti, pagherà solo 4 partecipazioni. Gli sconti per lo stesso evento non sono cumulabili fra di loro.	

MIKE FERGUSON

MACHINE LEARNING E ADVANCED ANALYTICS

1-2 Dicembre 2020

Quota di iscrizione:

Quota senza Traduzione Simultanea
 € 1100(+iva)

Quota con Traduzione Simultanea
 € 1200(+iva)

In caso di rinuncia o di cancellazione dei seminari valgono le condizioni generali riportate all'interno.

nome

cognome

funzione aziendale

azienda

partita iva

codice fiscale

indirizzo

città

cap

provincia

telefono

fax

e-mail



Timbro e firma

Da restituire compilato a:
Technology Transfer S.r.l.
 Piazza Cavour, 3 - 00193 Roma
 Tel. 06-6832227 - Fax 06-6871102
 info@technologytransfer.it
 www.technologytransfer.it

DOCENTE

Mike Ferguson è Managing Director di Intelligent Business Strategies Limited. Come analista e consulente è specializzato in Business Intelligence e Enterprise Business Integration. Ha più di 35 anni di esperienza di IT, ha operato consulenze per importanti aziende ed è stato frequentemente speaker in molti eventi e seminari in tutto il mondo. Mr. Ferguson è chairman di Big Data LDN, la Conferenza sui Big Data più di successo in Europa e chairman di CDO Exchange. E' stato Principal e co-fondatore della Codd & Date UK e Chief Architect alla Teradata su DBMS Teradata e Managing Director Europeo di Database Associates. Insegna delle master classes che hanno molto successo su Analitica, Big Data, Data Governance & MDM, Data Warehouse Modernization e Data Lake Operations.