

FACTRY

Les données parlent. Écoutez-les.

Cours Culture Data

Les données sont là, tout autour de vous, omniprésentes et invisibles. Maîtriser leur langage, c'est avoir accès à une base incroyable de réflexion, d'analyse et de créativité pour vous et pour votre organisation. Culture Data, c'est apprendre une nouvelle langue, en cinq jours.

FACTRY

FACTRY

L'école des sciences de la créativité la Factory forge des esprits créatifs à trouver des solutions inédites aux défis contemporains.

ils ont vécu l'expérience Factory
AbbVie Canada. Ædifica.
Akufen. Banque Nationale.
Atelier Pierre Thibault. BLVD.
BRP. Camso. CGI. Credo.
Chambre de commerce
du Montréal métropolitain.
Cohésion Stratégies. Cinélande.
Collège Sainte-Anne.
Financière SunLife. Mc Kinsey.
Omnicom Touché!
L'Oréal Canada. Ig2. Mile Inn.
Publicis. Rapidair Climatisation.
Sid Lee. TAM-TAM \ TBWA.
Terrain Ogilvy. Ubisoft.
Tonik Groupimage. XMedius.

Merci à nos partenaires:

Montréal 

Québec 

Pour une meilleure compréhension de la réalité, une communication plus intelligente, une gouvernance résiliente, pour tous les intervenants. Pour que les données soient au service de l'humain et non l'inverse.



pour qui?

Cours pour dirigeants, entrepreneurs, directeurs de création, directeurs de produits ou de l'innovation, consultants en stratégie qui, pour demeurer compétitifs, doivent comprendre et utiliser le potentiel du data. Ce cours s'adresse à des non-scientifiques.

pour quoi?

Maîtriser le langage des données, c'est pouvoir collecter de l'information plus profonde, c'est avoir la chance d'agir de façon lucide et informée, de créer des produits adaptés et d'anticiper les tendances de notre société.

CULTURE DATA

Inscription dès maintenant

Format

40 h divisées en 2 modules (total de 5 jours)

Places limitées

25 participants maximum.

Nous nous réservons le droit de sélectionner les candidats afin d'assurer un heureux mélange des profils des participants.

Coût

3 200 \$
Rabais 10% membres A2C
Dépense admissible pour le développement des compétences de la main d'œuvre (souvent appelée loi du 1%).

Lieu

Montréal.
Le lieu sera dévoilé prochainement.

Inscription [ici](#)

Pour plus d'information:
inscription@factory.ca

factory.ca

programme

Tout au long du cours, les participants seront appelés, par le biais de différents exercices, à repenser leur propre pratique professionnelle autour d'une approche data.

Certains ateliers seront donnés en anglais.

BLOC 1 (3 jours)

Introduction au data

Maîtriser les concepts de base, découvrir le vocabulaire

Découvrir l'univers du big data et son vocabulaire (philosophie, usages et promesses d'avenir)

Décortiquer des modèles d'innovation centrés sur les données

Préciser le potentiel des données massives pour chacun des participants

Identifier les différents types de données ainsi que les méthodes pour les acquérir

Comprendre les limites éthiques et légales de l'acquisition, du stockage et de l'usage des données

Transformation

S'approprier les outils de manipulation des données

Pratiquer différentes techniques de transformation des données en outils de recherche et de prise de décision avec emphase sur les médias sociaux

Apprendre les bases de conception d'algorithmes et des modèles de données

Se familiariser avec les techniques de visualisation des données et leurs limites

Anticiper les défis et opportunités d'adapter une organisation à l'intégration des données

BLOC 2 (2 jours)

Labo data

Résoudre en équipes multi-disciplinaires une problématique par les données massives

Recadrer un problème dans une perspective centrée sur les données

Collaborer avec des talents techniques afin de manipuler des données

Résoudre un problème spécifique en appliquant les concepts, méthodes et outils appris dans le cours

Proposer une solution à une problématique choisie, par la manipulation de jeux de données

FACTRY

FACTRY

par qui?

Tous nos intervenants vivent la culture data au quotidien. Dans le cadre de cet apprentissage, vous serez accompagné(e) d'un maître d'atelier, d'une facilitatrice et de coachs expérimentés qui s'assureront que vous apprendrez la langue, sa méthode et sa logique. Le tout pimenté d'expériences culinaires qui, elles-aussi, s'inspirent du data.

La liste des coachs peut varier.

Maître d'atelier



Fady Atallah
Concepteur et Maître d'atelier

«Pour que le data devienne un véritable outil de création, nous devons non seulement faciliter l'accès aux données massives mais surtout démocratiser la capacité de les manipuler.»

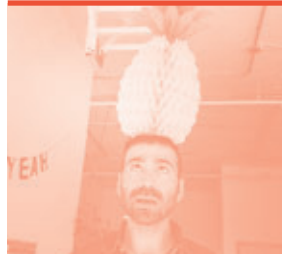
Facilitatrice



Sophie Tarnowska
Founder
WeDoSomething Montreal

“Data is a tool, not an end result. On one hand, we can use it to gather better information, but on the other hand it curates our worldview. It's important to understand this symbiotic relationship in this era of big data.”

Concepteur de l'expérience



Nicolas Fonseca
Artiste, Mister Jaune.
Créateur des événements
In the Mouth

«Le data c'est de l'expérience. C'est le reflet de moments vécus, de nos choix, de la façon dont on vit. C'est une source incroyable d'inspiration et de storytelling»

Coachs experts



Katy Yam
Marketing & Communications
Director, Element AI

*“'Boldly going where hundreds have gone before' does not make headlines.
- Neil deGrasse Tyson”*



Risa Dickens
Senior Community Director, YELP

“We are surrounded by silos of data. The ways we choose to open and interrogate data can build living links with other networks, quantify gaps in progress, reveal systemic distortions, and support sustainable growth in tumultuous times.”



Alistair Croll
Founder, Solve for Interesting;
Chair, O'Reilly Strata; Visiting
executive, Harvard Business
School

“AI gives data something to do.”

Facilitateur. Labo data.



Jonathan Bélisle
Architecte d'expériences /
Poète d'interactions,
Studio Hello, Architekt!

“The value of Data is related to the questions you dare to ask.”

Facilitateur. Labo data.



Vaughn DiMarco
Founder, MTLDATA; CEO,
Montreal AI Consultancy

“Give me some time with your data and I can torture it to say anything you want.”

Coach expert



Eva Schindling
Tech Lead, Daily tous les jours

“Before we mangle, bend and interpret it, every pile of raw data has the allure and potential to find some fundamental truth within it.”



Claude G.Théoret
CEO, Nexalogy

“People say that data is the new oil. There are many reasons why this analogy makes sense, but I believe that data can also be the new marble, in the hands of the right people with the right tools it can be the raw material to create beautiful products and art.”



Patrick Gagné
Associé et chef de produit,
Taxelco (Téo taxi)

“Data, algorithms, and smartness are the missing ingredients required for building a new kind of transportation network. Without them, the best-designed multimodal transportation network imaginable... is still deficient.” - Samuel Schwartz



Stéphane Guidoin
Directeur par interim du Bureau
de la ville intelligente et
numérique, Ville de Montréal

« Utiliser les données au service de nos communautés pour les rendre plus dynamique et durable. »

**Pour que les données soient
au service de l'humain,
et non l'inverse.**