

**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 six jours.

**FACTRY**

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 bilingue pour les  
non-scientifiques: dirigeants,  
directeurs de création, directeurs  
de produits ou de l'innovation,  
brief, pour les entrepreneurs  
et dirigeants de demain - et  
de tous les jours d'après.

### CULTURE DATA

Inscription dès maintenant

#### Format

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

#### Places limitées

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

## 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.

#### 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

#### Cohorte n° 1

Septembre 2017  
Bloc 1 — 13, 14, 15  
Bloc 2 — 18, 19

#### Cohorte n° 2

Octobre 2017  
Bloc 1 — 11, 12, 13  
Bloc 1 — 16, 17

Inscrivez-vous  
dès maintenant

**Pour vous inscrire:**  
<http://bit.ly/2nnmNXY>

**Pour plus d'information:**  
[inscription@factory.ca](mailto:inscription@factory.ca)

[factory.ca](http://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'appropriier 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

Rencontrer des artistes  
qui utilisent les données  
comme médium créatif

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

# 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.

## 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.»*

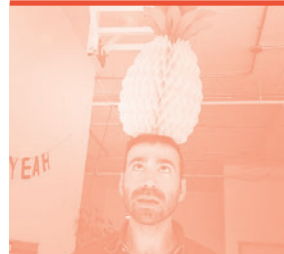
## Facilitatrice



**Sophie Tarnowska**  
Fondatrice  
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



**Mushon Zer-Aviv**  
Co-Founder at Shual Design Studio, design lead at the Public Knowledge Workshop and senior faculty at Shenkar College

*“Data is just one of many ways we use to describe the world, however it is the only world machines can ever know.”*



**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.”*



photo crédit: Minelly Kamemura

**Vincent Morisset**  
Réalisateur et fondateur  
du studio AATOAA

*«Chaque interaction est unique. Cet aspect spontané, intime et éphémère est pour moi une source inépuisable d'inspiration.»*



**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*

---

**Ceci n'est que le début : d'autres coachs et experts viendront enrichir l'expérience.**

---

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

# FACTRY

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

---

ils ont vécu l'expérience Factry

AbbVie Canada. Ædifica.

Akufen. Banque Nationale.

Atelier Pierre Thibault. BLVD.

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.

# FACTRY