CURSOS ESPECIALIZADOS

Inteligencia Competitiva & Marketing

Un factor clave para la **competitividad** de las empresas y la toma de **decisiones empresariales**

ESIC
BUSINESS&MARKETINGSCHOOL

Impulsamos tus desafíos

INTRODUCCIÓN

En el contexto actual de globalización de la economía, de los mercados y de incertidumbre generalizada, el desarrollo de la función de Inteligencia Competitiva y de Marketing, como práctica normalizada de importancia similar en la gestión empresarial a la dirección financiera, comercial o de recursos humanos, ha pasado a ser una cuestión prioritaria. La elaboración de inteligencia para la toma de decisiones empresariales, lejos de ser un elemento accesorio o un lujo reservado únicamente a las grandes corporaciones, es un signo de profesionalidad en el desempeño de la dirección y gestión de las organizaciones empresariales.

Por esto mismo, su implantación en el ámbito empresarial debe ser impulsada como instrumento al servicio de la competitividad y seguridad de la empresa. La clave de ambas se encuentra en la capacidad de ofrecer productos y servicios que satisfagan mejor que los competidores las necesidades de los mercados, siendo imprescindible para ello conocer esos mercados, detectar las amenazas procedentes del entorno y anticipar las oportunidades, así como proteger los activos intangibles de la empresa de las amenazas del entorno y de las acciones de inteligencia de los competidores.

La Inteligencia Competitiva & Marketing es una herramienta de gestión empresarial que opera en una triple dimensión: adquisición de información, análisis y producción de conocimiento accionable para la toma de decisiones; protección de la información empresarial de carácter estratégico, del *know-how* y otros activos vitales; e influencia sobre el en-torno.

FACTORES CLAVE

En la sociedad del conocimiento, la formación en Inteligencia Competitiva & Marketing se considera clave para la competitividad de las empresas. Sin una buena formación no hay un buen análisis, y sin un buen análisis no hay un buen negocio.

Los participantes en este Curso Especializado en Inteligencia Competitiva & Marketing aprenderán los procesos a través de los cuales las empresas recopilan, analizan y utilizan la información sobre los productos, clientes y competidores, para su planificación a corto y largo plazo. Es de vital importancia para la empresa conocer qué están haciendo sus competidores, permitiendo a la organización detectar sus fortalezas y debilidades y mejorar así el proceso de toma de decisiones.

OBJETIVOS

- Obtener los conocimientos clave para hacer más competitivas las organizaciones y permitir un mejor posicionamiento en el mercado.
- Aprender a crear, desarrollar y dimensionar la Inteligencia en las organizaciones, de acuerdo con los protocolos corporativos o de la empresa.
- Conocer las principales herramientas de Inteligencia Competitiva & Marketing para el desarrollo de estrategias y decisiones que permitan a la empresa anticiparse a los competidores.
- Aprender a manejar las fuentes de información externas e internas disponibles. Integrar, analizar e interpretar dicha información, para después llegar a las conclusiones y/o recomendaciones que resulten más adecuadas para la toma de decisiones.

PÚBLICO OBJETIVO

Profesionales con responsabilidad equiparable a Dirección General de grandes y medianas compañías.

Direcciones funcionales responsables de la toma de decisiones de negocio bajo parámetros de inteligencia estratégica y operativa.

METODOLOGÍA

La metodología docente combina la exposición de conceptos, formación en técnicas de obtención y análisis de información y elaboración de productos de Inteligencia Competitiva & Marketing, con el estudio de casos y el aprendizaje activo a través del uso de simulaciones, role-playing y ejercicios.

PROGRAMA

1. **Introducción a la Inteligencia Competitiva & Marketing: conceptos, contexto y modelos.**

   Definir el concepto de Inteligencia Competitiva & Marketing y conocer dónde se enmarca esta disciplina en el contexto de la organización.

   - ¿Qué es la Inteligencia Competitiva?
   - ¿Qué es la Inteligencia Comercial o *Marketing Intelligence*?
   - La Inteligencia Competitiva & Marketing dentro de la gestión empresarial.
   - El proceso de Inteligencia Competitiva & Marketing.

2. ***Key Intelligence Topics* (KITs): requerimientos clave de inteligencia.**

   La definición de los requerimientos clave de inteligencia supone adaptar la fase de dirección del ciclo de inteligencia al mundo corporativo. Centrar y priorizar los requerimientos de inteligencia es un paso previo para planificar y conducir las operaciones de Inteligencia Competitiva & Marketing.

   - Definición de *Key Intelligence Topics*.
   - Enfoques jerárquico/pasivo y activo/prospectivo.
   - Requerimientos estratégicos, operacionales y tácticos; de alerta temprana; centrados en las fuerzas del entorno.
   - Estudio de caso y simulación.

3. **Técnicas de obtención de información en Inteligencia Competitiva & Marketing.**

   Proporcionar los conocimientos y técnicas necesarios para planificar y conducir operaciones de obtención HUMINT y OSINT, así como aprovechar la información a disposición de otros departamentos para la elaboración de Inteligencia Competitiva & Marketing.

   - La obtención de Inteligencia de fuentes humanas.
   - Técnicas de elicitación de información.
   - Obtención de información en ferias y eventos.
   - Obtención de información de fuentes abiertas.
   - Herramientas interactivas de apoyo en la adquisición y explotación de la información abierta.

- La otra información.
- Caso práctico de obtención de Inteligencia Competitiva & Marketing.

4. Métodos y técnicas de análisis en Inteligencia Competitiva & Marketing.

Capacitar a los profesionales en el manejo de las principales herramientas de Inteligencia Competitiva & Marketing. Saber qué técnicas se deben utilizar en cada momento para tener un conocimiento completo del panorama competitivo y apoyar la toma de decisiones estratégicas.

- *Intelligence Funnel*.
- Análisis PESTEL.
- Análisis de las 5 fuerzas de Porter.
- *Burgelman's Strategy Dynamics Model*.
- *Profit Pools Analysis*.
- *Profiling*.
- Análisis de las 7s de McKinsey.
- Posicionamiento de negocio.
- Gestión de la cartera de productos.
- *4-corner and competitor likely future direction*.

Manejar las principales técnicas y metodologías que permiten "cuantificar" las dinámicas que tienen lugar en Marketing desde el punto de vista de sus dos principales activos: el cliente y la marca. Se desarrollarán herramientas para la obtención de *insights* de cliente y marca que permitan optimizar la gestión de estos activos en la compañía.

- *Customer insights*:
  - Hábitos de consumo.
  - Satisfacción de clientes.
  - Motivaciones y preferencias de compra.
- *Brand insights*:
  - *Brand equity*.
  - Posicionamiento de marca.

5. Reporte y comunicación de la Inteligencia Competitiva & Marketing: elaboración de informes y presentación de resultados a *Stakeholders*.

Orientar a los profesionales sobre las mejores prácticas y herramientas para reportar y comunicar la in-formación obtenida durante el proceso de Inteligencia Competitiva & Marketing, dentro y fuera de la organización.

- Pautas para la difusión de la información.
- Herramientas y técnicas de difusión.
- Directrices para la acción y toma de decisiones.

6. *Strategy Development and Decision Making*: elaboración de estrategia y tomada de decisión.

Orientar a los profesionales sobre las mejores prácticas y herramientas para desarrollo de estrategia y toma de decisión avanzada.

- Herramientas y técnicas para la toma de decisiones.
- *Scenario Planning*.
- *Impact Analysis Matrix*.
- *War Game*.

7. Contrainteligencia, seguridad y acciones de influencia en inteligencia empresarial.

La contrainteligencia corporativa, entendida no sólo como seguridad, y las acciones de influencia, son parte fundamental de la función de inteligencia en la empresa. Dotar de los conocimientos necesarios para establecer y conducir un programa de contramedidas y desarrollar la dimensión de influencia de la Inteligencia Competitiva.

- Contrainteligencia competitiva ofensiva y defensiva.
- Ciberseguridad.
- La importancia de los programas de concienciación.
- Decepción y contradecepción en Inteligencia Competitiva.
- Influencia y contrainfluencia competitiva.

8. Ética e Inteligencia Competitiva & Marketing.

No se trata únicamente de conseguir profesionales técnicamente competentes en Inteligencia Competitiva & Marketing, sino también éticamente responsables. Reflexionar sobre los aspectos éticos y deontológicos exigibles para el profesional de Inteligencia Competitiva.

- Ética e Inteligencia: modelos éticos aplicables.
- Deontología profesional.
- La legalidad no es suficiente: la importancia de los códigos éticos para la Inteligencia Competitiva.
- Situaciones fronterizas.
- Escenarios éticos en Inteligencia Competitiva.

9. Implantación de un programa de Inteligencia Competitiva & Marketing en la empresa.

Implementar un programa de Inteligencia Competitiva & Marketing en el seno de la empresa, independientemente de su tamaño, así como el establecimiento de instrumentos válidos de evaluación de los mismos.

- Buenas prácticas en implantación de programas.
- Diseño organizativo: dónde, cómo, con quién.
- El retorno de inversión en Inteligencia Competitiva & Marketing.
- Problemas frecuentes en la implantación de un programa de Inteligencia.
- Desarrollo de un proyecto de implantación de un programa de Inteligencia Competitiva & Marketing.

10. Herramientas interactivas/*software* de apoyo en la producción de inteligencia.

- *Recorded Future* (Google).
- *ThinkSuite™*.
- Oracle.

PONENTES

D. Rubén Arcos.

Doctor por la Universidad Rey Juan Carlos. Licenciado en Comunicación y en Humanidades.

Profesor de Relaciones Públicas, Publicidad y Comunicación Audio-visual en la Universidad Rey Juan Carlos y de la Cátedra Servicios de Inteligencia y Sistemas Democráticos. Coordinador del Máster en Analista de Inteligencia y Training Consultant de 2creatEffects.

Ha publicado libros y artículos sobre inteligencia y participa habitualmente en cursos de postgrado, conferencias internacionales y cursos de formación en inteligencia.

D. León Ezcurra.

Licenciado en Sociología, Universidad Complutense de Madrid. Ampliación de estudios en *The Claremont Colleges*, California (EEUU), becado por la Universidad Complutense de Madrid.

CEO en Act2lead, consultoría de marketing e investigación de mercados.

Anteriormente: Dichter & Neira Costa Rica, Gerente General. GfK Emer Ad Hoc Researchm, Responsable del Dpto. de Estudios Ad Hoc Internacionales.

D. Pablo López.

Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado, Universidad Autónoma de Madrid. Diplomado en Estadística, Universidad Complutense de Madrid. Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, ESIC.

Director del Máster en Marketing Science y profesor de Investigación de Mercados y Estadística en ESIC. Gerente de PJ Marketing Analytics. CEO de X-ternal Marketing Agency en Perú.

Anteriormente: Jefe de Investigación y Análisis de Marketing, Repsol. Experto en Investigación de Mercados, Altadis.

D. Isaac Martín.

Licenciado en Derecho, Universidad Autónoma de Madrid y Funcionario del Cuerpo de Técnicos Comerciales y Economistas del Estado.

Director General de Internacionalización de la Empresa del ICEX España Exportación e Inversiones.

Anteriormente desarrolló su carrera profesional como Consejero Económico y Comercial Jefe de las Oficinas Comerciales de Ankara (Turquía), Ho Chi Minh City (Vietnam) y Riyadh (Arabia Saudita). Subdirector General de Comercio con países de África y Oriente Medio del Ministerio de Industria y Comercio. Director del Instituto de Estudios de Policía y Asesor Ejecutivo del Director General de la Policía Nacional del Ministerio del Interior. Subdirección General de Inversiones Extranjeras del Ministerio de Economía. Director de Análisis Fundamental de *Capital Markets*. Profesor Visitante de Entorno Global de los Negocios y Liderazgo Emergente Transformación Organizativa en el *Royal Melbourne Institute of Technology* (RMIT).

D. Javier Martínez.

Licenciado en Ciencias Empresariales, Universidad de Alcalá de Henares. *Posgraduate in Salesforce Management*, Florida Atlantic University (EEUU). Máster en Dirección Comercial y Marketing, ESIC.

Socio Director de Consultoría Estratégica de A&G Banca Privada (EFG International Bank) y Presidente de A&G Agencia de Valores. Larga trayectoria en el grupo A&G desde 1997, participando en distintas áreas, como Dirección de Negocio Institucional, Dirección Comercial/Marketing y Dirección de Productos Estructurados. El principal reto en estos 15 años ha sido conseguir afianzar a A&G en un sector tan maduro, compitiendo con bancos nacionales e inter-nacionales, elevando el patrimonio gestionado desde 143 hasta 4.440 millones de euros.

Anteriormente, dirigió desde 1992 proyectos de implantación de sistemáticas de alta dirección, inteligencia competitiva y procesos de transformación en los sectores bancario y asegurador.

D. Emilio Sánchez.

Doctor en Documentación por la Universidad Carlos III. Psicólogo. Máster en Comunidades Europeas, Universidad Politécnica de Madrid.

Especialista en el Centro de Documentación Europea de la Comunidad de Madrid.

Como profesor asociado de la Universidad Carlos III ha impartido entre otras asignaturas "Información para la industria" y "Técnicas de búsqueda y recuperación de la información". Especializado en análisis y diseño de sistemas de información, gestión de la información y del conocimiento, información y comunicación sobre la Unión Europea, Taxonomías y tesauros.

D. Fernando Velasco.

Doctor en Filosofía y Licenciado en Filosofía y Ciencias Morales.

Profesor titular de Filosofía Moral y Director de la Cátedra Servicios de Inteligencia y Sistemas Democráticos de la Universidad Rey Juan Carlos. Co-director del Máster Interuniversitario en Analista de Inteligencia. Co-director de Inteligencia y seguridad revista de análisis y prospectiva. Co-director de la Colección Estudios de Inteligencia de la Editorial Plaza y Valdés. Miembro del consejo editorial del *International Journal of Intelligence Ethics*.

**Programa y claustro sujetos a posibles modificaciones.*

INFORMACIÓN

FECHAS:
Del 7 de octubre al 3 de diciembre de 2016.

HORARIO:
Viernes de 16.00 a 21.00 h. y sábados de 9.00 a 14.00 h.

DURACIÓN:
80 horas - 2 meses.

LUGAR DE IMPARTICIÓN:
Executive Education ESIC.
C/ Arturo Soria, 161 · 28043 Madrid.

IMPORTE*:
2.200€

Descuento de 200€ por inscripción anticipada hasta el 16/09/2016.

Alumni asociados: 1.430€ | Alumni no asociados: 1.870€

Gestión gratuita de la bonificación de la Fundación Tripartita, solicite más información.

Condiciones especiales para profesionales en situación de desempleo.

** Descuentos no acumulables, teniendo valor el de mayor cuantía.*

OBSERVACIONES:
La realización definitiva del curso en las fechas previstas, está siempre supeditada a la configuración de un grupo mínimo de asistentes para poder desarrollarlo.

Para obtener el diploma y certificado de realización del curso, es necesario asistir como mínimo al 80% de las horas lectivas. Superado este porcentaje, ESIC se reserva el derecho de entrega de los certificados correspondientes.

ESIC ofrece la posibilidad de diseñar todos sus programas formativos a medida para empresas e instituciones.

MÁS INFORMACIÓN E INSCRIPCIONES:
(00 34) 91 744 40 40
executive@esic.edu
www.esic.edu/executive