



CENTRUM
PUCP

EdEx
Executive Education Programs

CURSO CORTO EDEX

Marketing Intelligence & Consumer Insights



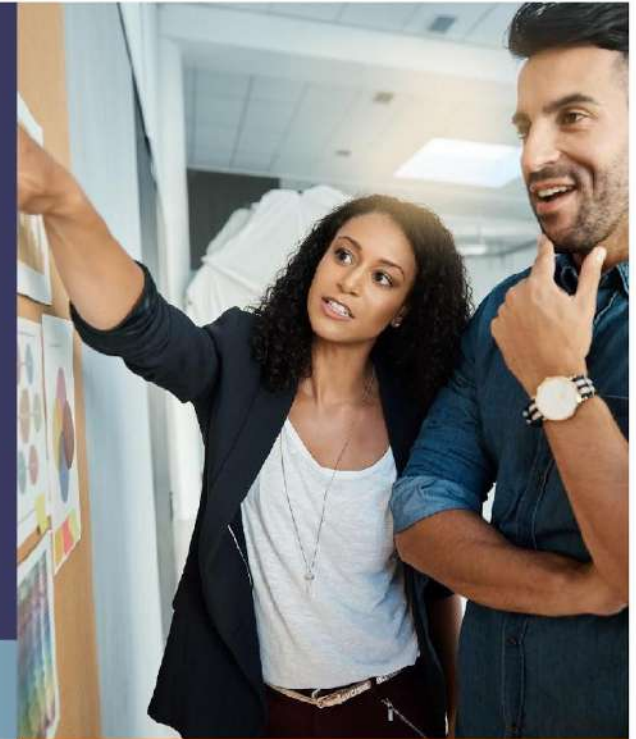
**Executive
Education**
SAN MIGUEL



**CENTRUM
PUCP**

CURSO CORTO EDEX

Marketing Intelligence & Consumer Insights



SUMILLA

En el transcurso de los años, los gustos, hábitos y preferencias de las personas han cambiado. Esto ha generado que las empresas se planteen de forma constante las estrategias comerciales para mantener el liderazgo en el mercado. En este sentido, el conocimiento profundo de los insights genera un mayor grado de acierto para la generación de oportunidades de negocio. No obstante, las organizaciones y empleados deben ser parte de la transformación para la puesta en marcha de una oferta de valor innovadora para garantizar su permanencia y liderazgo en la participación del mercado. Asimismo, para lograr esta transformación las áreas comerciales y de marketing poseen herramientas tecnológicas que les permiten la explotación de información del consumidor en diversas fuentes de datos, para la preparación de las estrategias. De esto, nace el concepto del data-driven marketing, que conlleva a la utilización de la información de los clientes para conducir todos los esfuerzos hacia indicadores de consumo y permite a las empresas tomar mejores decisiones



DIRIGIDO A

Responsables de Marketing y Comunicación, Directores y Responsables de Ventas, Planners, Responsables de Customer Experience, Responsables de Transformación Digital, Profesionales de Agencias de Publicidad y Marketing, Planificadores de Campañas.



Estructura del curso

Sesiones	Día	Tema
1 y 2	Martes 26 de enero	Consumer Insights – Conceptos Generales <ul style="list-style-type: none">• ¿Qué es insight? ¿Cómo se relaciona con el marketing en la actualidad?• La evolución del insights del consumidor• Psicología del consumidor• Datos / información / hallazgos / ideas
3 y 4	Martes 02 de febrero	Desarrollo de Estrategia de la Marca Enfocado en el Insights <ul style="list-style-type: none">• Fuentes de información para tener insights• Técnicas de exploración del pensar, sentir y actuar del consumidor• Aplicación de la estrategia
5 y 6	Martes 09 de febrero	Desafío para las Empresas frente al Marketing de las Personas <ul style="list-style-type: none">• Empatía: organizaciones y empleados• Cambio cultural organizacional• Planeamiento estratégico de marketing versus la visión de las empresas• Aplicación de la estrategia
7 y 8	Martes 16 de febrero	Marketing Intelligence: Conceptos generales <ul style="list-style-type: none">• Propuesta de valor• Oportunidades de negocio, personalización de ofertas• Desarrollo de las oportunidades frente a diversos canales (multicanalidad y omnicanalidad)

CENTRUM PUCP podrá efectuar cambios en la malla, secuencia de los cursos o profesores, de acuerdo a su política de mejora continua. De no cumplir con el quórum requerido CENTRUM PUCP se reserva el derecho de postergar los inicios de los cursos y programas.

Estructura del curso

Sesiones	Día	Tema
9 y 10	Martes 23 de febrero	Marketing Intelligence: Segmentación <ul style="list-style-type: none">• Características• Desarrollo histórico de la segmentación de mercados• Proceso• Variables utilizadas
11 y 12	Martes 02 de marzo	Marketing Intelligence: Data – Driven Marketing – Parte I <ul style="list-style-type: none">• Fuente de datos• Administración de datos• Extracción y consulta• Modelización (data mining)
13 y 14	Martes 09 de marzo	Marketing Intelligence: Data – Driven Marketing – Parte II <ul style="list-style-type: none">• Aplicaciones tecnológicas y su relación entre ellas: Datawarehouse, Datamart, entre otros.
15 y 16	Martes 16 de marzo	Presentación TAF

CENTRUM PUCP podrá efectuar cambios en la malla, secuencia de los cursos o profesores, de acuerdo a su política de mejora continua. De no cumplir con el quórum requerido CENTRUM PUCP se reserva el derecho de postergar los inicios de los cursos y programas.

Programación

Sesiones	Fecha
Día 1	26 de enero
Día 2	02 de febrero
Día 3	09 de febrero
Día 4	16 de febrero
Día 5	23 de febrero
Día 6	02 de marzo
Día 7	09 de marzo
Día 8	16 de marzo





Expositor

ELIZABETH SÁENZ MSAYÓN

Ingeniera Informática, Magister en Dirección de Empresas Estratégicas en CENTRUM PUCP Graduate Business School del Perú y Master Internacional en Liderazgo de EADA Business School de Barcelona España. En relación a su experiencia profesional, se desempeña como Jefe de Aplicativo de Software del Centro de Competencias Corporativo de SODIMAC. Con relación a su experiencia como pre docente ha impartido cursos en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Actualmente es Profesora del Área Marketing, Ventas y Emprendimiento en CENTRUM PUCP Business School.



**CENTRUM
PUCP**

EdEx
Executive Education Programs

**Executive
Education**
SAN MIGUEL



INICIO:

26 de Setiembre



MODALIDAD:

Aula virtual
sincrónica



FRECUENCIA:

Todos los Martes



HORARIO:

De 19:00 a 22:30
hrs.



DURACIÓN:

24 horas - 8
semanas



INVERSIÓN:

S/. 1900

INFORMACIÓN Y DESCUENTOS

inolasco@pucp.edu.pe

938 512 997 | 993 586 558

MATRICÚLATE

TRIPLE CORONA



ACREDITACIONES INTERNACIONALES



5 PALMES OF
EXCELLENCE

eduniversal
2017 Best Business Schools Ranking



FINANCIAL
TIMES

EXECUTIVE EDUCATION

Nº **1** TOP **10**

en el Perú en Latinoamérica
Financial Times 2018