MARKETING INTELLIGENCE

RESUMEN Y PROGRAMA

Las empresas demandan crecientemente profesionales de dirección con habilidades analíticas para afrontar problemas complejos. Los objetivos del curso son:

- Acercar a los estudiantes a la realidad actual de los departamentos de marketing en las empresas, mediante la vivencia de casos reales y específicos de Marketing Intelligence en diferentes mercados.

- Enseñar a los alumnos, a partir del acercamiento a entornos Big Data en Marketing, a ser capaces de mirar más allá de la evidencia básica, entendiendo que diferentes consumidores pueden requerir respuestas diferentes.

- Aprender a escuchar y luego esbozar el problema que necesita ser resuelto, combinando los planteamientos estratégicos con los tácticos.

- Tener una visión más analítica en el entorno empresarial, familiarizándose con la aplicación de las técnicas a casos reales.

Los destinatarios son alumnos de los últimos cursos, alumnos de postgrado con interés en los problemas analíticos de marketing, y profesionales interesados en ampliar su perspectiva. El curso se imparte en castellano. Cursos similares se están impartiendo en diversas escuelas de negocios internacionales, ya que estas habilidades cada vez son más necesarias para desarrollar una carrera en dirección de marketing.

DÍA 1

- Marketing Intelligence: visión estratégica y táctica. Cómo ganar la batalla del marketing en entornos Big Data

DÍA 2

- Eficacia publicitaria. Cómo medir el impacto de la publicidad. Modelos de Atribución.

DÍA 3

- Técnicas de machine learning y otras alternativas. El director de marketing y su relación con las máquinas.

DÍA 4

- Modelos de Marketing Intelligence: clase práctica con un caso real.

DÍA 5

Importancia de los valores intangibles en las empresas. Métricas de Reputación y Marca en tiempo real.

PROFESORADO

José Manuel Vidal Sanz
Llcenciado en cc. económicas y empresariales, especializado en economía cuantitativa; Universidad Complutense, Madrid.

Doctor en Economía, especializado en econometría teórica; Universidad Carlos III de Madrid, 1999.

Post-doc departamento de Economía; London School of Economics (LSE). Marie Curie Fellow.

Macarena Estevez.
Fundadora. CEO en Conento.
Licenciada en Matemáticas por la Universidad Autónoma de Madrid
Suficiencia Investigadora UC3M
MBA Escuela de Negocios de Madrid
Certificación en Machine Learning for Data Analysis, Wesleyan University
Certificación en Google Analytics
Certificación en Learning How to Learn: Powerful mental tools to help you master tough subjects, University of California, San Diego
Ha trabajado para más de 200 grandes marcas en todos los sectores.

Davide Fabrizio
Partner. Chief Analytics, IT & Consulting Officer en Conento.
Licenciado en Ciencias Políticas en la Universidad de Trieste y Executive MBA en la EAE.
Experto en Analytics y Data Science, ha trabajado para más de 70 clientes de todos los sectores.

Carlos Real Ugena
Partner. Analytics Director en Conento.
Licenciado en Matemáticas y Licenciado en Ciencias y Técnicas Estadísticas por la UNEX.
Experto en Business Analytics y Matemática aplicada, colabora como profesor de varios másters universitarios de Marketing Science.

FECHA:
Del 20 al 24 de Noviembre (2017).

LUGAR DE LA CELEBRACIÓN:
Universidad Carlos III de Madrid, Campus de Getafe.
Aula 10.2.11

HORARIO: De 16.00 h. a 20.00 h.

PRECIO:
- Estudiantes de la UC3M: 120 €
- Estudiantes externos a la UC3M: 240 €
  Empresas o Profesionales: 360 €

RESERVA TU PLAZA EN WWW.INDEM.ES