



Inteligencia Comercial

Datos Generales

1. Nombre de la Asignatura Inteligencia Comercial	2. Nivel de formación Licenciatura	3. Clave de la Asignatura I5427
4. Prerrequisitos Mercadotecnia Internacional	5. Área de Formación Especializante Selectiva	6. Departamento Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales
7. Academia Investigación y desarrollo de mercados	8. Modalidad Presencial	9. Tipo de Asignatura Curso-Taller
10. Carga Horaria		
Teoría 40	Práctica 40	Total 80
12. Trayectoria de la asignatura		Créditos 8

Contenido del Programa

13. Presentación

La complejidad del manejo de la información y la importancia de la misma para de la toma acertadas de decisiones en forma asertiva hacen que el futuro egresado deba de desarrollar habilidades específicas para el manejo, almacenamiento y procesamiento por medios tecnológicos de punta y otros apoyos. A lo largo de la asignatura el alumno deberá diagnosticar las necesidades de información que tenga una empresa para aplicar en ella las destrezas y conocimientos adquiridos en la asignatura.

14.- Objetivos del programa

Objetivo General

Determinar las necesidades y aplicación **-aplicación y toma de decisiones-** de la información, concerniente al ámbito comercial mediante el adecuado manejo de diferentes sistemas inteligentes de información, que permitan comprender el funcionamiento empresarial, anticiparse a acontecimientos y respaldar las decisiones empresariales.

15.-Contenido

Contenido temático

Unidad 1. La inteligencia Comercial

Unidad 2. Diagnostico y determinación de las necesidades de información aplicadas a una institución

Unidad 3. Principales fuentes que componen el sistema de inteligencia comercial

Unidad 4. Análisis y procesamiento estadístico de la información

Unidad 5. Presentación del Proyecto de Inteligencia Comercial aplicado y Resultados

Contenido desarrollado

Unidad 1. La inteligencia Comercial

1.1 Orígenes y aplicación

1.2 Tendencias actuales del mercado

1.3 Las tecnologías de la comunicación y su impacto en la inteligencia comercial

Unidad 2. Diagnostico y determinación de las necesidades de información aplicadas a una institución

Unidad 3. Principales fuentes que componen el sistema de inteligencia comercial

3.1 Datos secundarios en general y especializados

Unidad 4. Análisis y procesamiento estadístico de la información

4.1 Aplicación de resultados

4.2 Pronósticos, modelos predictivos, manejo de mina de datos, optimizaciones

4.3 otros análisis

Unidad 5. Presentación del Proyecto de Inteligencia Comercial aplicado y Resultados

16. Actividades Prácticas

Elaborará un diagnóstico de necesidades de información en una empresa real hasat llegar a la propuesta de un sistema de inteligencia comercial a la misma . Horas 40 en total. Asistencia a Negomarket, a cualquiera de las actividades que los profesores de la academia consideren pertinentes, tiempo promedio sugerido 4 horas.Asistencia a Ferias y Exposiciones que se realicen con temas vinculadas a la misma. 10 horas en promedio. Lecturas en lengua extranjera relacionadas con los temas de estudio.

17.- Metodología

Conferencia tradicional, Internet, Estudios de casos, Lectura previa, Discusión de temas, Resolución de ejercicios, Trabajos de investigación, Formulacón de ensayos, Exposición del maestro, Exposición de alumnos, power point, multimedia, pizarron, uso de programas especializados, Ejercicios prácticos, Diapositivas, Películas, Audiovisuales, Libros de texto, Lectura de publicaciones especiales.

18.- Evaluación

Los criterios de evaluación del curso se definen por los miembros de la academia y considerándose los siguientes elementos:

Examen de Diagnóstico al inicio del curso.

1. Exámenes parciales: 20%

2. Presentación de trabajos e investigaciones individuales: 30%

2 Investigación de campo: de acuerdo a la metodología de la investigación, respetando las citas conforme a APA, el contacto con las empresas la hace el alumno bajo acuerdo y supervisión del maestro, para la aplicación del conocimiento y/o solución del caso, debe de existir acuerdo por escrito y trabajo final valuado por el empresario: 50 %

TOTAL: 100%

Inicio de clases: **Lunes 16 de enero de 2023.**

Actividades extracurriculares: tentativamente formato mixto de Semana de Mercadotecnia y Negocios Internacionales (**NEGOMARKET**) que se llevará a cabo de manera mixta **del 2 al 6 de mayo de 2023.**

Asistencia al 80% de las clases para el periodo ordinario, fecha límite de captura de calificaciones: **martes 23 de mayo de 2023.**

Asistencia al 60% de las clases para el periodo extraordinario, fecha límite captura de calificaciones: **martes 23 de mayo de 2023.**

Vacaciones de primavera: **domingo 2 de abril de 2023 al domingo 16 de abril de 2023.**

19.- Bibliografía

Libros / Revistas

Libro: Inteligencia Comercial.

Bassat, Luis (2012) Editorial Plataforma No. Ed 5a.

ISBN: 978- 84 – 15115- 30- 4

Libro: Mas allá del Business Intelligence.

Méndez del Rio, Juan (2007) Editorial Gestión 2000 No. Ed 1a.

ISBN: 9788496612105

Otros materiales

20.- Perfil del profesor

Contar con Posgrado de preferencia en área económico administrativa, con experiencia deseable en el área de 3 años mínimo. Manejo deseado de lengua inglesa.

21.- Nombre de los profesores que imparten la materia

Melendez López Mayela Juliette
Código: 2960953

Rojas Briseño Martin Francisco
Código: 0

Velázquez González Fernando
Código: 0

22.- Lugar y fecha de su aprobación

El programa fue evaluado y revisado por los profesores que integran la Academia de Investigación y Desarrollo de Mercados el día **13 de enero de 2023** a través de reunión presencial con los/as miembros de dicha Academia.

23.- Instancias que aprobaron el programa

El programa fue revisado y evaluado por los profesores que integran el Colegio Departamental adscrito al Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales del CUCEA de la Universidad de Guadalajara el día **13 de enero de 2023**.

24.- Archivo (Documento Firmado)

[Inteligencia comercial-1.pdf](#)



Presidente de la Academia



Jefe del Departamento

Imprimir

