



UNIVERSIDAD
Panamericana



Programa
INTELIGENCIA ESTRATÉGICA 5.0
Chief Marketing Officer (CMO)



Información General



6 de marzo de 2024



10 SEMANAS
Online Sincrónico

*Una sesión de dos horas a la semana
(los miércoles 18:00 a 20:00 hrs)*

Total 40 horas
20 horas de sesiones en vivo
20 horas de prácticas y lecturas en casa



MXN\$38,499



UNIVERSIDAD
Panamericana®

Propósito:

Potenciar las habilidades de Dirección de Marketing y Comunicación integrando las nuevas tecnologías y comprendiendo a fondo los principales factores estratégicos y biológicos que influyen en la toma de decisiones.

Dirigido A:

- Directivos en todas las áreas y niveles.
- Ejecutivos en Marketing, RP, Innovación y TI.
- Emprendedores.
- Publicistas.
- Estrategas.
- Profesionales interesados en la comunicación.
- Cualquier persona interesada en comprender la biología del comportamiento humano.

Durante este Programa:



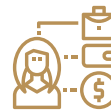
Desarrollarás Estrategias de Comunicación, Marketing y Transformación Digital de alto nivel.



Identificarás las variables biológicas principales que influyen en la percepción de valor y toma de decisiones.



Obtendrás herramientas para ser parte de la WEB 5.0



Comprenderás y conectarás las fuerzas inconscientes que motivan el comportamiento.



Conocerás las tácticas que utilizan algunas de las empresas más importantes del mundo con casos documentados por Harvard Business School.



Identificarás y correlacionarás los sesgos y condicionamientos biofísicos, genéticos, neurobiológicos y psicológicos.



Valor Agregado:

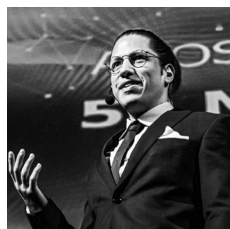
- Aprender con el Método del Caso
- Validar ideas y generar Networking.
- Inmersión a los modelos ©Bio-Inteligencia Estratégica e ©Inteligencia Creativa.



Metodología:

- Sesión Teórico-Estratégica (Conceptos profundos claros y resumidos)
- Sesión Práctica (Presentación de un Caso por Sesión)
- Dinámica de interacción (discusión del Caso en equipos)

Expertos:



Juan Carlos Chavez

Profesor de Creatividad y Bioeconomía. Director de G8D Group, agencia asesora con importantes cuentas nacionales y transnacionales.

Autor de:

- 1) Bioeconomía e Inteligencia Directiva (2023)
- 2) ©Inteligencia Creativa (2022)
- 3) ©Multi-Ser en Busca de Sentido
¿Por qué deseamos? (2021)
- 4) ©Psico-Marketing (2020)
- 5) Creatividad: el arma más poderosa del Mundo (2019)



Carlos Chavez

Profesor Decano en el IPADE, consultor, conferencista, experto especialista en estrategia y autor de :

- 1) Más de 50 casos académicos
- 2) Bioeconomía e Inteligencia Directiva (2023)

Universidad Panamericana Excelencia académica

- ★ THE - World University Rankings
2da. mejor universidad privada de México
- ★ QSRanking
2da. mejor universidad privada de México



Expertos Invitados:

Dr. José Antonio Lozano Díez - Doctor en Derecho y profesor universitario. Presidente de la Junta de Gobierno de la Universidad Panamericana - IPADE

Rodrigo Riveroll - Director General de Sports World. Ex-director general de Starbucks, Domino's Pizza y Elektra.



Constancia

Al concluir satisfactoriamente el programa, los participantes son reconocidos con una constancia oficial de conclusión de estudios respaldada por la **UNIVERSIDAD PANAMERICANA.**



Learning Path:

1) EL ADN DEL MARKETING Y CASO STARBUCKS

Subtema: Contexto general del Entorno Digital y Propuesta de Valor.

Objetivo: Que el participante obtenga una visión amplia del universo digital y las nuevas tecnologías e identifique como crear una Propuesta de Valor aplicada a los medios digitales.

Recursos y lectura:

- Caso *Starbucks*, Harvard Business Publishing Education.
- Chávez, Juan Carlos. (2020) ©*Psico-Marketing*.

2) SÚPER-SEGMENTACIÓN, MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA DIGITALES Y CASO MAGELLAN BOATS

Subtema: Segmentación a través del Administrador de Anuncios de Meta y el Embudo de Ventas.

Objetivo: Que el participante comprenda las variables más potentes de las herramientas de segmentación digitales e identifique la utilidad de un embudo de ventas.

Recursos y lectura:

- Caso *Magellan Boats*, Harvard Business Publishing Education.
- Chávez, Juan Carlos. (2020) ©*Psico-Marketing*.

3) CONTENIDOS, ECUALIZACIÓN GENÉTICA Y CASO TECATE

Subtema: Condicionamientos filogenéticos en la toma de decisiones y creatividad aplicada.

Objetivo: Que el participante identifique la influencia de la codificación genética en la toma de decisiones y logre conectarlo con tácticas creativas de contenidos.

Recursos y lectura:

- Caso *Tecate*, IPADE.
- Chávez, Juan Carlos. (2020) ©*Psico-Marketing*.
- Chávez, Juan Carlos. (2021) *Multi-Ser*.

4) LA HERRAMIENTA COMERCIAL MÁS POTENTE E INTELIGENCIA COMERCIAL Y CASO DOVE

Subtema: Condicionamientos biofísicos e Inteligencia Comercial.

Objetivo: Que el participante identifique la potencia de un Propósito -que defiende un bien mayor- en el proceso de toma de decisiones y lo utilice para desarrollar estrategias bien fundamentadas con inteligencia comercial.

Recursos y lectura:

- Caso *Dove*, Harvard Business Publishing Education.
- Chávez, Juan Carlos. (2020) ©*Psico-Marketing*.
- Chávez, Juan Carlos. (2021) *Multi-Ser*.

5) VENDE EMOCIONES Y CASO NESCAFÉ

Subtema: Neurobiología de los sentimientos y Marketing emocional.

Objetivo: Que el participante identifique la influencia de las emociones en la toma de decisiones y lo utilice para un adecuado creativo de comunicación.

Recursos y lectura:

- Caso *Nescafé*, Harvard Business Publishing Education.
- Chávez, Juan Carlos. (2020) ©*Psico-Marketing*.
- Chávez, Juan Carlos. (2021) *Multi-Ser*.

6) BIOECONOMÍA CONDUCTUAL, BIG DATA Y CASO GAP

Subtema: Sesgos y condicionamientos psicológicos, sistemas de información e inteligencia artificial.

Objetivo: Que el participante identifique la influencia de los sesgos y condicionamientos psicológicos en la toma de decisiones y e identifique la importancia de documentar y procesar información con las últimas tecnologías.

Recursos y lectura:

- Caso *Gap*, Harvard Business Publishing Education.
- Chávez, Juan Carlos. (2020) ©*Psico-Marketing*.
- Chávez, Juan Carlos. (2021) *Multi-Ser*.
- Chávez, Carlos y Chávez, Juan Carlos. (2023) *Bioeconomía e Inteligencia Estratégica*.

7) RETENCIÓN ESTRATÉGICA DE INFORMACIÓN Y CASO HUBSPOT

Subtema: Neurobiología de la memoria y CRMs.

Objetivo: Que el participante identifique los sesgos y condicionamientos del proceso de recordación en la mente y conozca las herramientas tecnológicas que permiten retener y procesar información.

Recursos y lectura:

- Caso *Hubspot*, Harvard Business Publishing Education.
- Chávez, Juan Carlos. (2020) ©*Psico-Marketing*.
- Chávez, Juan Carlos. (2021) *Multi-Ser*.

8) CREATIVIDAD APLICADA Y CASO RED BULL

Subtema: Biología de la Creatividad y Arquitectura de Marca.

Objetivo: Que el participante comprenda mejor qué es la creatividad, cómo desarrollarla y utilizarla para diseñar arquitecturas de marca.

Recursos y lectura:

- Caso *Red Bull 2022*, Harvard Business Publishing Education.
- Chávez, Juan Carlos. (2019) *Creatividad: El Arma Más Poderosa del Mundo*.

9) INTELIGENCIA CREATIVA Y GENERADOR DE MODELO DE NEGOCIO

Subtema: Biología del comportamiento y Modelo de Negocios.

Objetivo: Que el participante conozca la biología profunda del comportamiento y la creatividad y la cruce con un Generador de Modelo de Negocio.

Recursos y lectura:

- Chávez, Juan Carlos. (2022) *Inteligencia Creativa*.
- Chávez, Carlos y Chávez, Juan Carlos. (2023) *Bioeconomía e Inteligencia Estratégica*.

10) MARKETING HUMANO Y RESUMEN

Subtema: Psicología Moderna y Transformación Digital.

Objetivo: Que el participante correlacione las ideas fundamentales de la Psicología Moderna con el ejercicio de comunicación y consolide una visión amplia con respecto a la Transformación Digital.

Recursos y lectura:

- Chávez, Juan Carlos. (2020) ©*Psico-Marketing*.

11) SEMINARIO: BIO-INTELIGENCIA ESTRATÉGICA Y DESARROLLO HUMANO

Biointeligencia Estratégica "powered by Biointelligence & Creativity Institute

- Condicionamientos conductuales genéticos y neurobiológicos
- Los fundamentos de la comunicación y el valor
- Tácticas de Posicionamiento
- Estrategia de Comunicación y Campaña Maestra
- Variables fundamentales de un modelo de negocio

- Desarrollo Humano "Powered by Wake

UNIVERSIDAD

Pana
meri
cana

Programas de
formación ejecutiva

Educación
Continua



UNIVERSIDAD

Panamericana