



Sílabo de Inteligencia Competitiva

I. Datos generales

Código	ASUC 00488			
Carácter	Electivo			
Créditos	3			
Periodo académico	2022			
Prerrequisito	Ninguno			
Horas	Teóricas:	2	Prácticas:	2

II. Sumilla de la asignatura

La asignatura corresponde al área de estudios de especialidad, es de naturaleza teórico-práctica. Tiene como propósito desarrollar en el estudiante la capacidad de investigar y analizar el entorno competitivo, para identificar oportunidades y riesgos para las empresas.

La asignatura contiene: Diseño de un análisis del entorno cuyo objetivo es la obtención de una información inteligente que permita a las empresas reforzar su posicionamiento en el mercado. A continuación, se aborda de lleno la materia, tratada en su perspectiva nacional e internacional, para, con posterioridad, justificar su carácter estratégico y convertirla en imprescindible para una correcta toma de decisiones. Asimismo, se diseña la inclusión de la inteligencia competitiva en la empresa y, por último, se estudian sus similitudes y diferencias con la gestión del conocimiento, partiendo de que son actividades organizativas necesarias y complementarias.

III. Resultado de aprendizaje de la asignatura

Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de analizar las etapas del proceso de inteligencia competitiva, así como también explicar el papel de la Inteligencia de negocios como herramienta central dentro de la gestión de la información que alimenta a la estrategia empresarial. De igual forma establece y diseña procesos de inteligencia competitiva y de inteligencia de negocios aplicados a la realidad de la empresa.



IV. Organización de aprendizajes

Unidad I		Duración en horas	16
Análisis de situación externa e interna: análisis PESTE, análisis de la industria, FODA			
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar el entorno y las cinco fuerzas competitivas de Porter.		
Conocimientos	Habilidades	Actitudes	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Análisis del entorno ✓ Análisis PESTE ✓ Fuerzas competitivas de Porter ✓ Diamante de Porter 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Analiza los conceptos de datos, información y conocimiento. ✓ Crea estrategias de negocios a partir del desarrollo de la arquitectura de BI y sus herramientas. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Coopera en el análisis del entorno y sector del negocio. 	
Instrumento de evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • Prueba de desarrollo 		
Bibliografía (básica y complementaria)	<p>Básica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arroyo, S. (2005). Inteligencia Competitiva, una herramienta clave en la estrategia empresarial. S.L.: Pirámide. <p>Complementaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Porter, M. (2005). Ser competitivo. (9° ed.). Madrid: Ediciones Pirámide. • Davenport, T. H. (2008). Competir mediante el análisis. Harvard Business Review On Point Series. • Johnson, G. y Scholes, K. (2000). Dirección Estratégica (5° ed.). Madrid 		
Recursos educativos digitales	<ul style="list-style-type: none"> • https://www.innguma.com/es/blog/inteligencia-competitiva-modelo-anglosajon-vs-modelo-espanol • www.redalyc.org/pdf/993/99318788001.pdf • https://www.webyempresas.com/la-cadena-de-valor-de-michael-porter/?format=pdf 		



Unidad II		Duración en horas	16
Inteligencia estratégica y de mercado: inteligencia competitiva			
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar la arquitectura de BI y sus herramientas para generar la estrategia de negocios; construyendo información e incorporándola como conocimiento en las organizaciones.		
Conocimientos	Habilidades	Actitudes	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Importancia estratégica de la Inteligencia Competitiva ✓ El ciclo de la inteligencia competitiva 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Analiza la relación de la inteligencia competitiva con el desarrollo de la organización ✓ Identifica las formas de recolección de información. ✓ Desarrolla una hipótesis de Inteligencia Competitiva ✓ Desarrolla la recolección de información. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Coopera en el análisis del entorno y sector del negocio. 	
Instrumento de evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • Ficha de evaluación de casos 		
Bibliografía (básica y complementaria)	<p>Básica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arroyo, S. (2005). Inteligencia Competitiva, una herramienta clave en la estrategia empresarial. S.L.: Pirámide. <p>Complementaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coyne, K. y Horn, J. (2009). Cómo predecir la reacción de sus competidores. Harvard Business Review. • Day, G. y Schoemaker, P. (2005) Sondear la periferia. Harvard Business Review. 		
Recursos educativos digitales	<ul style="list-style-type: none"> • https://www.innguma.com/es/blog/inteligencia-competitiva-modelo-anglosajon-vs-modelo-espanol 		



Unidad III Inteligencia estratégica y la toma de decisiones: inteligencia competitiva		Duración en horas	16
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de utilizar la inteligencia competitiva para la toma de decisiones estratégicas.		
Conocimientos	Habilidades	Actitudes	
✓ Inteligencia Competitiva como herramienta básica para la toma de decisiones estratégicas ✓ Significado de la estrategia competitiva en la organización	✓ Utiliza la inteligencia competitiva para la toma de decisiones estratégicas ✓ Desarrolla competencias relacionadas con la inteligencia competitiva.	✓ Muestra un rol participativo y capacidad de liderazgo para desarrollar eficientemente el proceso de toma de decisiones estratégicas.	
Instrumento de evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • Prueba de desarrollo 		
Bibliografía (básica y complementaria)	Básica: <ul style="list-style-type: none"> • Arroyo, S. (2005). Inteligencia Competitiva, una herramienta clave en la estrategia empresarial. S.L.: Pirámide. Complementaria: <ul style="list-style-type: none"> • Aguirre, J. (2015). Inteligencia estratégica: un sistema para gestionar la innovación. Estudios Gerenciales 31. • Shaker, S.M y Gembicki (1998) "The warrom guide to competitive intelligence review, vol 7, pp. 4-10. 		
Recursos educativos digitales	<ul style="list-style-type: none"> • https://www.innguma.com/es/blog/inteligencia-competitiva-modelo-anglosajon-vs-modelo-espanol • https://www.lamjol.info/index.php/RPSP/article/view/2329 • https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592314001594 • https://idomcpi.com/la-inteligencia-estrategica/ 		



Unidad IV		Duración en horas	16
Inteligencia competitiva y la gestión del conocimiento: actividades organizativas y prácticas asociadas.			
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de establecer diferencias entre inteligencia competitiva y la gestión del conocimiento.		
Conocimientos	Habilidades	Actitudes	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Qué es conocimiento? ✓ Concepto de gestión del conocimiento: evaluación del conocimiento ✓ El activo competitivo crítico. ✓ Administración de la inteligencia competitiva ✓ Desarrollo de las tecnologías de la información 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Establece diferencias entre inteligencia competitiva y la gestión del conocimiento. ✓ Reconoce el valor del activo competitivo crítico en las organizaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El estudiante equipara los conceptos más importantes y aplica con criterio los mismos en las actividades organizativas de la empresa. 	
Instrumento de evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • Lista de cotejo 		
Bibliografía (básica y complementaria)	<p>Básica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arroyo, S. (2005). Inteligencia Competitiva, una herramienta clave en la estrategia empresarial. S.L.: Pirámide. <p>Complementaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Miller J.P. y Bentley, S. (1998) "CI newswatch", <i>Competitive Intelligence Magazine</i> Vol 1, num 1, pp. 6-7 • Smith, D y Fletcher, J, (1999) "Fitting market and competitive intelligence into the knowledge management jigsaw understanding the impact" <i>marketing and research today</i>, vol 28, num. 3 pp. 128 - 137 		
Recursos educativos digitales	<ul style="list-style-type: none"> • http://intelligencetresources.com/index.htm • http://humansource.com • https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2015/07/datamining-claves-procesos-mineria-datos/ 		



V. Metodología

Las actividades se desarrollarán siguiendo una metodología activa centrada en las habilidades de los estudiantes. Se utilizará casos prácticos para explicar los procesos de la Inteligencia competitiva. Se aplicará el trabajo colaborativo promoviendo el debate, las exposiciones, el uso de organizadores de información y con incidencia en el desarrollo de casos. Se propiciará la investigación bibliográfica e investigación vía internet. Se desarrollarán actividades programadas en el aula virtual.

VI. Evaluación

VI.1. Modalidad presencial

Rubros	Comprende	Instrumentos	Peso
Evaluación de entrada	Prerrequisitos o conocimientos de la asignatura	Prueba de desarrollo	Requisito
Consolidado 1	Unidad I	Prueba de desarrollo	20%
	Unidad II	Ficha de evaluación de casos	
Evaluación parcial	Unidad I y II	Rubrica de evaluación	20%
Consolidado 2	Unidad III	Prueba de desarrollo	20%
	Unidad IV	Lista de cotejo	
Evaluación final	Todas las unidades	Rubrica de evaluación	40%
Evaluación sustitutoria (*)	Todas las unidades	Aplica	

(*) Reemplaza la nota más baja obtenida en los rubros anteriores

Fórmula para obtener el promedio:

$$PF = C1 (20\%) + EP (20\%) + C2 (20\%) + EF (40\%)$$

2022