

2 - DIRECTION, GESTION, ADMINISTRATION

REFERENCE AS FORMATION

E - Communication & Marketing 2E-016

OBJECTIF

- Avoir une bonne compréhension de la veille concurrentielle et stratégique, de ses enjeux et de sa place dans la politique de l'entreprise
- Acquérir les connaissances des méthodes et des ressources pour la veille concurrentielle

PUBLIC VISE

- Responsable de service commercial
- Responsable de service marketing
- Responsable de service RH
- Chef de produit
- Chef de projet

PRE-REQUIS

Connaissances du fonctionnement d'internet et des réseaux sociaux

DURÉE en HEURES :

14h

METHODES PEDAGOGIQUES

- Formation en présentiel animée en français
- 4 à 6 stagiaires par formateur
- Contrôle continu et certificat de stage

FORMACODE :

46342 (Intelligence économique)

CERTIFICATION / EVALUATION

Attestation de formation

NIVEAU : 0

Généralités sur l'intelligence économique

- Les contextes
- Les défis du marketing
- Les piliers de l'IE
- Historique
- Définitions
- L'aspect législatif
- Les acteurs
- L'intelligence marketing
- La typologie de la veille

Le cycle de l'information

- Analyser ses besoins en renseignements
- Les sources d'informations
- Le fonctionnement d'internet
- Méthodologies de veille sur internet
- L'analyse de l'information
- La diffusion de l'information

La sécurité de l'information

- La sécurité physique des installations
- Protection du patrimoine immatériel: le système information
- Le facteur humain

La veille sur les médias sociaux

- Présentation des acteurs

Les outils de la veille

DES CONSEILLERS A VOTRE ECOUTE