

MÓDULO 1

Introducción al Product Management

Conocer la importancia de la administración y gestión de los productos.

Entender los principios fundamentales de la creación de productos, como las decisiones de manufacturación, composición y el proceso de evolución del diseño.

Comprender la importancia de alinear tu producto con una estrategia organizacional, guiar decisiones sobre las características, propiedades y desempeño de los productos

Introducción al Product Management

- 1. Definición y funciones del Product Manager.
- 2. Importancia del rol en el desarrollo de productos.
- 3. Habilidades clave para un Product Manager.

MÓDULO 2

Investigación de Mercado y Desarrollo de Producto

Conocer las herramientas adecuadas para poder dirigir, interpretar y maximizar los resultados obtenidos de la investigación de mercados, que serán de utilidad para quienes trabajan en marketing, negocios, publicidad, ciencias sociales o desarrollo empresarial.

Gestionar el máximo valor de los insights y la información de estudios de mercado sabiendo cómo, cuándo y en qué contexto utilizarlos.
Desarrollar las principales técnicas en la Investigación de Mercados. Elaborar estrategias para llevar a cabo la toma de decisiones en un entorno complejo e inestable.

Investigación de Mercado y Desarrollo de Producto

- 1. Métodos de investigación de mercado.
- 2. Análisis de la competencia y posicionamiento del producto
- 3. Desarrollo de la visión y estrategia del producto.

MÓDULO 3

Planificación Estratégica y Roadmapping

Definir la situación actual que enfrenta el producto (y cómo llegamos allí).

Definir problemas y oportunidades que enfrenta el negocio y establecer objetivos.

Definir las estrategias y programas necesarios para alcanzar los objetivos.
Identificar la responsabilidad para lograr los objetivos del producto.
Establecer una orientación cliente-competidor.

Planificación Estratégica y Roadmapping

- 1. Planificación estratégica a corto y largo plazo.
- 2. Creación y gestión de roadmaps de productos.
- 3. Establecimiento de objetivos SMART.

MÓDULO 4

Desarrollo y Diseño de Productos

Definir producto y las clasificaciones fundamentales de productos y servicios.
Aprender a poner en práctica las metodologías para la definición y diseño de productos.

Obtener una visión global sobre la estrategia, desarrollo, lanzamiento y comercialización de productos.

Analizar las estrategias de asignación de marca, es decir, las decisiones que toman las empresas al crear y administrar sus marcas.

Dominar las fases clave en el desarrollo ágil de productos.

Desarrollo y Diseño de Productos

- 1. Colaboración efectiva con equipos de desarrollo.
- 2. Métodos ágiles y otros enfoques de desarrollo.
- 3. Diseño centrado en el usuario y experiencia de usuario (UX).

MÓDULO 5

Lanzamiento y Marketing de Productos

Comprender la importancia de invertir en el diseño y análisis de la experiencia de usuario, tomar mejores decisiones de diseño.
Obtener una visión global sobre la estrategia, desarrollo, lanzamiento y comercialización de productos.
Conocer las principales técnicas de comercialización y distribución de productos digitales.

Lanzamiento y Marketing de Productos

- 1. Estrategias de lanzamiento de productos.
- 2. Desarrollo de mensajes y materiales de marketing.
- 3. Evaluación del rendimiento del lanzamiento.

MÓDULO 6

Gestión del Ciclo de Vida del Producto

Listar y definir los pasos del proceso de desarrollo de nuevos productos.
Describir las etapas del ciclo de vida del producto.
Describir los cambios en las estrategias de marketing durante el ciclo de vida de un producto.

Gestión del Ciclo de Vida del Producto

- 1. Monitoreo y análisis de métricas clave.
- 2. Iteración y mejoras continuas.
- 3. Manejo de productos en declive y discontinuación.

Estudio de caso 1:
Desarrollo de un producto desde la concepción hasta el lanzamiento.
Estudio de caso 2:
Manejo de crisis y toma de decisiones estratégicas.
Proyecto Final
Desarrollo de un plan de producto completo.

