

New Product

Curso

Desarrollo y Gestión de Nuevos Productos

El desarrollo y lanzamiento de nuevos productos y/o servicios al mercado es un proceso de vital importancia para que las empresas continúen vigentes en el tiempo.

En este curso, el participante conocerá todo el proceso que atraviesa un nuevo producto, ya sea tangible o intangible, desde su concepción, hasta la presentación al cliente potencial. Asimismo, se analizarán estrategias de marketing, comunicación y diferenciación.

Dirigido

- Coordinadores, jefes y gerentes de áreas comerciales
- Ejecutivos que requieran saber todo el proceso de creación de productos
- Profesionales encargados de la implementación de proyectos de innovación en la empresa
- Emprendedores

Logros de aprendizaje

Al finalizar el curso, el participante será capaz de:



- Entender y gestionar correctamente la creación de un producto, realizando un correcto análisis de situación en base a las necesidades de su consumidor.
- Desarrollar y ejecutar un plan estratégico efectivo para la correcta toma de decisiones.
- Identificar las actividades relacionadas a la introducción de nuevos productos, manejando los últimos criterios, metodologías e instrumentos del mercado.
- Desarrollar la creatividad e innovación para la creación del producto, con la finalidad de asegurar el éxito a través del hallazgo de la demanda y rentabilidad esperada.

Datos generales

- Inicio**
23 de marzo
- Duración**
6 sesiones
- Horario**
Lunes, miércoles y viernes de 7:00 p.m. a 10:00 p.m.
- Modalidad Online**
Clases sincrónicas
- Inversión**
Precio regular: S/900
Promoción (30% dscto.): S/630

Requisitos técnicos mínimos y recomendados:
Conexión Internet Casa: Mínimo: 15 Mbps.
Recomendable >= 30 Mbps
Conexión internet móvil: 3G como mínimo.

Certificación

Certificado emitido por el Programa de Extensión Universitaria de la Universidad Le Cordon Bleu

Plan de estudios

Sesión 1 El rol del product manager y organización del área de desarrollo de productos

- El product manager como gestor de negocios
- Funciones, responsabilidades y resultados del Product Manager
- Atributos profesionales del product manager (autovaloración y DAFO)
- Estrategias para desarrollar agilidad empresarial en el Product Manager
- Diferencias entre Product Manager y Product Owner
- Análisis de los factores externos e internos relacionados al producto
- Stakeholder map
- Organización, funciones y estructura del área de desarrollo de productos
- Ubicación, relaciones internas y externas del departamento de desarrollo de productos
- La ética y valores en el desarrollo de productos

Sesión 2 Procesos y modelos de product manager

- Proceso de desarrollo de visión de mercado
- Proceso de planificación estratégica
- Proceso de desarrollo del nuevo producto: Modelo de ciclo de vida
- Proceso de lanzamiento del producto
- Modelos de Product Manager

Sesión 3 Explorando la idea acerca del "producto" utilizando Metodologías ágiles

- Las 7 P's del marketing
- Las 4 C's del marketing mix en la era digital
- La Matriz BCG: Evaluación del portafolio de productos actuales
- Evaluación financiera y empresarial con el ciclo de vida del producto
- Evaluación del sector: Análisis PESTEL
- Análisis del contexto competitivo
- Desarrollo de productos y servicios: Metodologías ágiles
- Introducción a DesignThinking y Lean Startup
- Lean Discovery
- Prototipado y validación

Sesión 4 Proceso de desarrollo del "producto"

- Creatividad, innovación y estudio de mercado
- Factibilidad técnica y análisis de rentabilidad
- Desarrollo de producto o servicio y disminución de riesgos
- Prueba del producto y prueba de mercado
- Lean UX y Service Design
- Insights y Estructuración: Customer Journey Map y ServiceBlueprint
- Prototipado de la solución
- Introducción y lanzamiento: Consideraciones estratégicas, operativas y tácticas
- Plan de marketing
- Métodos de lanzamiento e introducción del nuevo producto o servicio
- Evaluación y control

Sesión 5 Presentación del producto y registro de la propiedad

- Etiquetado, envase y embalaje
- Presentación del producto o servicio a la alta gerencia: Elevator Pitch
- La calidad en el desarrollo de productos y servicios
- Concepto de calidad
- Control y normas de calidad
- Factores que generan la calidad
- Registro de la propiedad intelectual e industrial
- Derechos de autor

Sesión 6 Información del producto o servicio y proceso de gestión

- La importancia de la información para el Product Manager
- Análisis de datos
- Crecimiento del producto o servicio: Medición y análisis mediante indicadores
- Organización de la información sobre el producto o servicio
- Proceso de gestión del comportamiento del producto

Nota Importante

- La Universidad Le Cordon Bleu Perú se reserva el derecho de reprogramar o cancelar los cursos que no cuenten con el número mínimo de inscritos establecidos por la institución.
- Se reserva el derecho de modificar la plana docente de acuerdo a disponibilidad o cambios en el programa.
- Los trámites de retiro o cambio sólo se realizan hasta 10 días antes del inicio de clases. Caso contrario deberá asumir la penalización correspondiente. El pago realizado no está sujeto a devolución ni transferencia, el retiro no modifica el monto comprometido a pagar. El retiro es sólo académico y no económico.