

PRODUCT MANAGER

Deusto Formación es una iniciativa de **Grupo Planeta** para desarrollar un nuevo concepto: cursos de formación continua especializados, con servicio de consulta on-line.

El objetivo de Deusto Formación es capacitar a los profesionales en activo para adaptarse al competitivo y exigente escenario laboral actual, e impulsar su desarrollo profesional.

En respuesta a la constante demanda del mercado, y de las empresas, de profesionales cualificados y en permanente actualización, Deusto Formación ofrece nuevas herramientas para adaptarse a las nuevas exigencias del mercado.

ÍNDICE PRESENTACIÓN:

- **Objetivos**
- **¿A quién va dirigido?**
- **Metodología**
- **Servicios del Campus Online**
- **Programa detallado**

Para obtener información personalizada llame al 902 170 180.

OBJETIVOS

La gestión de productos y marcas es una de las tareas más apasionantes del marketing. Desarrollar la comunicación de la marca, la estrategia de producto, la planificación de lanzamientos y acciones o el seguimiento de los resultados, son parte habitual del trabajo de un Product Manager. Para ser Product Manager hay que dominar diversas áreas del marketing y la comunicación.

- Es una profesión en auge, con mucha demanda por parte de las empresas, que buscan profesionales cualificados.
- Aprenderás a gestionar y desarrollar marcas y productos.
- Aprenderás de forma práctica, con ejemplos reales de empresas del ámbito español.
- Sabrás realizar un plan de marketing. Conocerás técnicas de análisis y segmentación de mercado.

Crece profesionalmente con **Deusto Formación**.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

Gracias a la estructura del curso, basada en módulos, este curso está indicado para personas que buscan objetivos distintos. Los intereses concretos del alumno le llevarán a profundizar más en unos temas u otros. El curso de Product Manager está pensado concretamente para:

- Profesionales del ámbito de la comunicación.
- Profesionales del marketing que quieran especializarse y ampliar sus conocimientos para mejorar profesionalmente.
- Emprendedores que quieran montar su propio negocio o empresa.
- Interesados en iniciar una carrera profesional en el ámbito del marketing.

METODOLOGÍA

El método pedagógico de Deusto Formación tiene por objetivo la adquisición de conocimientos, y sobre todo, su aplicación práctica en el ámbito laboral. El método se adapta perfectamente a las circunstancias y capacidades de cada alumno, ya que estas y su dedicación, marcarán el ritmo de aprendizaje.

A través de los materiales del curso, el uso del campus virtual y la atención personalizada de tu tutor lograrás alcanzar tus objetivos. Independientemente de tu nivel inicial, el método pedagógico progresivo de Deusto Formación te garantiza el éxito en tu aprendizaje.

Dispondrás de apoyo complementario al curso a través del campus, con acceso a la biblioteca, agenda de estudio etc.

Te marcarás tus propios objetivos, e irás progresando de forma efectiva: no hay pérdidas de clases o conocimientos.

Dispondrás del apoyo y seguimiento de un tutor personal, experto y especializado en la materia, que responderá a tus dudas y preguntas en menos de 24hr.

Podrás estudiar donde y cuando tú quieras: los cursos online se adaptan a tu horario y ritmo, sin tener que desplazarte.

Realizarás ejercicios de seguimiento al finalizar cada unidad didáctica, y pruebas de evaluación tras cada módulo del curso, a través del campus online, con las que comprobarás tus progresos en la materia, tus puntos fuertes, y tus áreas de mejora.

Recibirás un diploma acreditativo de Deusto Formación tras la superación de todas las pruebas de evaluación.

CAMPUS ONLINE

Deusto Formación propone un lugar de encuentro e intercambio entre todos los estudiantes y profesores. Se trata de un espacio de consulta online, para facilitarte el estudio y la comunicación con el centro y el tutor, en cualquier momento.

Dentro del Campus Online, los alumnos tienen a su disposición un Buzón Personal, desde el que podrás enviar y recibir e-mails de tu tutor y de las últimas novedades del centro.

El Campus dispone de un acceso a las pruebas de evaluación de manera cómoda y rápida. Podrás comprobar tu progreso, obtener correcciones y comentarios de tu tutor personal.

Una Agenda, para que el alumno pueda planificar, junto con su tutor, el ritmo de aprendizaje deseado con el fin de realizar el curso en el tiempo previsto.

Todos los alumnos disponen de una sección de “Historial Académico”, donde encontrarás todas las pruebas de evaluación realizadas, y así, podrás realizar un seguimiento de tu progreso a lo largo del curso, comprobando si el ritmo de estudio es el marcado en la agenda.

También, disponen del acceso a la Biblioteca, donde encontrarás material relacionado y enlaces de interés y actualidad, que complementan el temario del curso.

Dentro de la Secretaría Online, podrás consultar todo lo que necesites sobre temas administrativos: Petición de facturas, consulta de cuotas, modificación de datos, etc.

PROGRAMA

Módulo 1. Marca y posicionamiento

Unidad didáctica 1. La importancia de la marca en la estrategia empresarial

- La marca como activo empresarial.
- Cómo medir el rendimiento de su gestión de marcas. El branding como motor de la innovación empresarial

Unidad didáctica 2. Gestión de marcas

- Claves para una adecuada gestión de marcas.
- Las etapas de evolución de una marca.
- Logo, imagen y publicidad de marca.
- Revitalizar una marca.
- Internacionalización y gestión global de marca.
- Gestión estratégica de carteras de marca.
- La extensión de marca.
- La gestión de la marca corporativa.
- Gestión de marcas en Internet.

Unidad didáctica 3. Posicionamiento de marca

- Estrategias de posicionamiento de marca.
- Criterios para elegir la posición adecuada.
- El difícil equilibrio entre posicionamiento y crecimiento.
- El patrocinio como herramienta del posicionamiento de marca.

Módulo 2. Análisis y segmentación de mercados

Unidad didáctica 1. La investigación comercial como soporte del marketing

- El proceso.
- El tema a investigar.
- Fuentes de información.
- El diseño de la investigación.
- Técnicas: la experimentación, la observación, la entrevista, el cuestionario, el muestreo, el trabajo de campo.

Unidad didáctica 2. Análisis de la demanda

- Análisis de las tendencias de mercado.
- Análisis de clientes avanzados.
- Análisis de la competencia.
- Análisis de políticas y ratios de fidelización.
- Análisis de la información aportada por los clientes.
- Análisis de escenarios futuros para actuar en ambientes de incertidumbre.

Unidad didáctica 3. Segmentación

- Identificación de segmentos de mercado.
- Gestión de base de datos de clientes.
- Adecuar diferentes ofertas a distintas necesidades.
- Segmentación de clientes en Internet.
- CRM como herramienta de segmentación de clientes.

Módulo 3. Políticas de Marketing-Mix**Unidad didáctica 1. Gestión del producto y del precio**

- Funciones básicas del marketing.
- El ciclo de vida de un producto.
- Gestión del producto.
- Gestión del precio.

Unidad didáctica 2. Gestión de la distribución

- Las bases de la distribución.
- La gestión de los canales.
- Los costes de la distribución.
- El cliente de la distribución.
- Cómo seleccionar la ubicación idónea de un punto de venta.

Unidad didáctica 3. Gestión de la comunicación y del servicio

- El proceso de la comunicación: emisores, receptores, canales y mensaje.
- Comunicación oral.
- Comunicación escrita.

- Comunicación no verbal.
- Comunicación en Internet.
- SMS vía móvil.
- La imagen de la empresa.
- Planificación de medios.
- La publicidad.
- Relaciones públicas.
- Políticas de comunicación y marketing internacional.
- La promoción.
- Marketing directo.
- Servicio al cliente.

Módulo 4. El plan de marketing

Unidad didáctica 1. Utilidad e importancia del plan de marketing

- La utilidad del plan de marketing.
- La elaboración del plan de marketing.
- Análisis externo.
- Análisis interno.

Unidad didáctica 2. Determinación de los objetivos y desarrollo de la estrategia y de las tácticas

- Determinación de los objetivos y de las metas.
- Desarrollo de las estrategias y de las tácticas.
- El desarrollo de las tácticas de marketing.

Unidad didáctica 3. Previsiones, Análisis económico-financiero y la presentación del plan de marketing

- Las previsiones del plan de marketing.
- Información económico-financiera.
- La presentación del Plan.
- Puesta en práctica.
- Ejemplos.