

MK410 DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS Y MARCAS

El curso busca:

Entender las disciplinas del Desarrollo de Nuevos Productos y Marcas.
Sobre lo que se refiere a la planeación y desarrollo del proceso de desarrollo de nuevos productos. Las implicaciones a nivel corporativo y de unidad de negocio.
El análisis, organización y mantenimiento de portafolios de negocios.

Conocer la importancia de la marca como un activo y herramienta estratégica para el mejor desempeño de una unidad estratégica y negocio.

Entender el puesto de gerente de producto y marca.
Desarrollar habilidades que permitan desarrollar estrategias y tácticas para las dos disciplinas.

Al término del curso se espera que el estudiante:

Conozca y aplique las distintas herramientas para evaluar, analizar y planear el desarrollo de nuevos productos.

Diseñe modelos para el análisis, desarrollo y evaluación de nuevos productos.

Diseñe programas para el desarrollo de nuevos productos. Diseñe nuevos productos y marcas.

Construya procedimientos para el desarrollo de nuevos productos. Mapas perceptuales de marca. Prototipos para nuevos productos.

Elabore planes y portafolios para nuevos productos y marcas. Manuales de gerente de producto y marca.

Aplique estrategias y técnicas en el desarrollo de nuevos productos y marcas.

Soluciones de problemas y casos sobre nuevos productos y marcas.

