



DIPLOMADO

Gerencia

de nuevos productos

En Línea | 6 meses

Objetivo

- Comprender las etapas del proceso de lanzamiento de nuevos productos. Identificar y analizar las diferentes variables que determinan el éxito de este; así como conocer y aplicar diferentes herramientas efectivas de Mercadotecnia, Finanzas y Tecnología que garantizan un seguimiento exitoso para alcanzar los objetivos que se planten alrededor de un nuevo producto.

Antecedentes

- En la actualidad, hay una gran oferta de productos en muchos de los mercados existentes, tanto en segmentos de consumo, tecnológicos y farmacéuticos. Los mercados en México se distinguen por ser altamente competitivos y fragmentados, cada vez resulta más complejo diferenciar un producto y encontrar la mejor estrategia de penetración en un mercado específico.
- Adicionalmente, algunos productos requieren una gran inversión en investigación y desarrollo. Por ejemplo, en el sector farmacéutico, se requiere una inversión aproximada de \$100 millones de dólares para desarrollar y descubrir una molécula, más la inversión necesaria para su comercialización.
- Debido a estas razones, es muy importante, para cualquier organización, tomar decisiones adecuadas de recursos y tiempos, así como de estrategias diferenciadas que garanticen el éxito de los nuevos productos en el mercado desde su lanzamiento. Es importante reconocer que se necesita un análisis a profundidad del mercado, del negocio y del entorno para determinar la viabilidad y rentabilidad de un nuevo producto o proyecto y así tomar las decisiones más adecuadas para una determinada organización.
- Finalmente, con conocer las variables antes mencionadas no es suficiente, sino que se requiere posicionar un nuevo producto lo más rápido posible en su mercado para tener mayor competitividad en el mismo. Por lo tanto, es fundamental contar con un proceso que, de orden, seguimiento y rapidez, un proceso de Lanzamiento de Nuevos Productos que sea confiable y repetible en el tiempo.

Aprenderás...

- Definir de forma general, el proceso para el lanzamiento de un nuevo producto.
- Hacer un filtro inicial dentro de una lluvia de ideas o múltiples propuestas para desarrollar un nuevo producto.
- Hacer un caso de negocio robusto con un profundo nivel de análisis de mercado, financiero y de negocio aplicable a casi cualquier industria.
- Identificar las diferentes herramientas de testeo y validación de un producto en el mercado para tomar decisiones o empezar a delinear la estrategia de comercialización.
- Identificar las necesidades organizacionales y del producto necesarias para un lanzamiento exitoso y dar un seguimiento cercano a los factores que determinen el desempeño de cada área dentro del proceso de lanzamiento.
- Analizar conceptualmente todas las variables que incluyen un plan estratégico de mercadotecnia para comercializar un nuevo producto, así como el valor agregado que puede diferenciar un producto dentro de un mercado determinado.
- Prepararse para tener una ejecución perfecta del plan de lanzamiento para penetrar exitosamente en el mercado.
- Administrar el proceso de lanzamiento con una herramienta eficaz y tecnológicamente confiable para dar seguimiento a tareas, administrar recurso e identificar costos asociados al lanzamiento.
- Medir eficazmente los logros obtenidos dentro del proceso de lanzamiento para poder mejorarlo en un futuro.

Este programa va dirigido a...

- Profesionales del área de mercadotecnia o Gerentes o coordinadores de Producto.

MÓDULOS

01 Microsoft Project como Herramienta en el Lanzamiento de Productos.

Conocer los principales conceptos en la Administración de Proyectos y su Administración con Microsoft Project.

1. ¿Qué es un Proyecto?
2. Tipos de Proyectos
3. Ventajas de la Gestión de Proyectos
4. Procesos de la Gestión de Proyectos
5. Microsoft Project Aplicado

02 Introducción al Proceso de Nuevos Productos

Establecer el marco de referencia para el análisis y estudio del proceso de nuevos productos, ya sea en industrias de consumo, industriales, farmacéutica entre otras.

1. Categorías de Nuevos Productos
2. Proceso de Nuevos Productos
3. Etapas de Nuevos Productos
4. Decisión Gates

03 Elaboración del Caso de Negocio

Identificación de las variables que incluye un Caso de Negocio robusto para la toma de decisiones referentes a apoyar con recursos financieros y humanos. Análisis estratégico de la oportunidad de lanzar un nuevo producto en un mercado determinado y la valuación financiera para determinar la rentabilidad del nuevo producto.

1. Elementos: Visión, qué, para qué, a quién
2. Análisis de Mercado y Factibilidad
3. Factibilidad Técnica, Regulatoria y Legal
4. Análisis de Rentabilidad

MÓDULOS

04 Testeo y Validación

Conocer las diferentes herramientas para probar la viabilidad y posible desempeño de los productos en un mercado determinado, así como las métricas financieras necesarias para determinar el nivel de inversión del producto. Profundizar en técnicas cualitativas y cuantitativas de investigación de mercados.

1. Pruebas de Producto
2. Pruebas de Mercado
3. Validación Financiera

05 Launch Readiness

Identificar los diferentes departamentos y procesos de una organización que son determinantes para el lanzamiento de un producto, así como aspectos intrínsecos del mismo. Analizar a profundidad las variables clave del plan de mercadotecnia para apoyar el éxito del lanzamiento del nuevo producto.

1. Organization Readiness
2. Product Readiness
3. Brand Readiness

06 Lanzamiento y Revisión Post-lanzamiento

Entender la importancia de una implementación perfecta del plan de lanzamiento, variables y métricas que apoyan el seguimiento del lanzamiento del producto, así como su desempeño en un mercado determinado. Aplicación de MS Project como una herramienta de administración y medición del proceso de lanzamiento de un nuevo producto.

1. Implementación del Plan
2. Distribución Eficiente
3. Ventas, Market Share y Medidas Financieras
4. Gantt base vs. Desviaciones
5. Seguimiento del Proyecto

MÓDULOS

07 KPIs (Key Performance Indicators), Scorecards y Reportes en Excel

Desarrollar e implementar las principales mediciones y estadísticas de desempeño de la estrategia de Marketing de una forma dinámica y automatizada en Excel.

1. Principales Medidas
2. Tips de Manejo Ágil de Excel
3. Importación de Datos Externos
4. Tablas Dinámicas y Gráficos Dinámicos
5. Vinculación a Microsoft PowerPoint
6. Interfaz Gráfico

08 Factores Críticos de Éxito

Identificación de los factores críticos de éxito en el lanzamiento de nuevos productos. Conocimiento del manejo de un portafolio de productos y diferentes estrategias de innovación para continuar con el crecimiento de un grupo de productos u organización.

1. Portfolio Management
2. Product Innovation Strategy

Beneficios de estudiar un diplomado



Temas actualizados y de vanguardia

Con gran capacidad de actualización y reinversión al ser de una duración más corta que otros posgrados, un diplomado te ofrece una capacitación enfocada en temas relevantes y de alta demanda para el mercado laboral.



Capitaliza lo aprendido

El alto enfoque práctico y estratégico de un Diplomado hace que cada módulo sea aplicable desde el primer día 1 en tus actividades profesionales y desarrollo personal.



Mejora tus oportunidades laborales

Enriquece tu CV especializándote y posíciónate como el mejor candidato.



Networking

No solo compartirás salón de clases con buenos compañeros, también con excelentes profesionistas con los que podrás compartir puntos de vista, tips e incluso oportunidades de negocio.



Profesores con más 15 años en experiencia profesional

Toma clases de la mano de expertos en su disciplina con amplia experiencia compartiendo su conocimiento y trabajando en las mejores empresas nacionales e internacionales.



Duración

La duración promedio de un Diplomado o Certificación es de 4 a 6 meses, así podrás aplicar lo aprendido muy rápidamente y seguir creciendo profesionalmente.



Diploma

Todos nuestros Diplomados y Certificaciones tienen validez curricular.



Beneficios de la modalidad en línea

- Cada módulo tiene:
Clases grabadas y clases en vivo + actividades interactivas + Caso Práctico.
Tendrás acceso a infogramas, ligas de acceso a sitios de interés u otros materiales en formato PDF.
- Sesiones grabadas y en tiempo real
Estudia a tu ritmo, puedes consultar todas las sesiones en el horario que más te convenga.
- Contenido siempre disponible:
Podrás consultar y / o descargar el material desde plataforma en cualquier momento del día.
Además, nuestra plataforma es multidispositivo, podrás estudiar en cualquier computadora de escritorio, laptop, tableta o Smartphone.
- Soporte técnico:
El equipo de soporte técnico estará tu disposición en todo momento para ayudarte a resolver cualquier situación.
- Asesoría y acompañamiento:
Cuentas con un tutor a través de la plataforma en enlaces en vivo, chat o Whatsapp a distancia en tiempo real, para resolver tus dudas y dar retroalimentación.
- Entrega de proyectos y evaluación

EDUCACIÓN
CONTINUA
UVM

PREPÁRATE