

Mercadotecnia de Productos/Servicios

Product Management & Product Marketing Management

Curso línea Sharp-Training

Objetivo del curso:

- ✚ El participante, como Product Marketing Manager responderá a los siguientes cuestionamientos:
 - ¿Qué productos/servicios deben ser ofrecidos al Mercado?
 - ¿Quiénes serán los consumidores del producto/servicio?
 - ¿Cómo se entregará el producto/servicio al cliente?
 - ¿Qué precios y ofertas deben ser dados a los Productos/Servicios?
 - ¿Cómo los productos/servicios serán dados a conocer al consumidor?

Perfil del Participante:

- ✚ Profesionales que tengan interés en conocer los temas relacionados a la mercadotecnia y administración de los productos y servicios
- ✚ Contar con la necesidad de implementar iniciativas asociadas a estos temas dentro de la empresa u organización, o que deba participar en un proyecto asociado.
- ✚ Profesionales que pertenezcan a las siguientes áreas: Comercial, Mercadotecnia, Estrategia, TI, Ventas, Atención a clientes, Operaciones, Recursos Humanos, Finanzas, Procesos, Call Center.

Temario:

- ✚ **Módulo 1: Generalidades del Proceso Comercial**
 - ✚ Ciclo Comercial de Negocios
 - ✚ Modelos de Negocio
 - ✚ Proceso Comercial y Estrategia de Negocios
 - ✚ Toma de Decisiones
 - ✚ Stage Gate Technique (Fases y Compuertas)
- ✚ **Módulo 2: Product Management**
 - ✚ Contexto del Product Manager
 - ✚ Roles y Responsabilidades del Product Manager
 - ✚ Perfil del Product Manager
 - ✚ Proceso de Product Management (PLM)

- ✚ **Módulo 3: Product Marketing**
 - ✚ Contexto del Product Marketing Manager
 - ✚ Roles y Responsabilidades del Product Marketing Manager
 - ✚ Perfil del Product Marketing Manager

- ✚ **Módulo 4: Proceso Comercial para Product Management y Product Marketing Management**
 - ✚ Etapas del Proceso
 - Planeación
 - Implementación
 - Ciclo de Vida
 - ✚ Fases del Proceso
 - Conceptualización
 - Factibilidad
 - Diseño
 - Desarrollo
 - Lanzamiento
 - Introducción
 - Crecimiento
 - Madurez
 - Retiro
 - ✚ Objetivos por Etapa y Fase
 - ✚ Entregables por Etapa y Fase (Deliverables)
 - ✚ Mejores Prácticas y Recomendaciones por Etapa y Fase
 - ✚ Formas de Trabajo por Etapa y Fase
 - ✚ Herramientas por Etapa y Fase
 - ✚ Procesos de Negocios Recomendados por Etapa y Fase
 - ✚ Tecnologías por Etapa y Fase
 - ✚ Factor Humano en cada Etapa y Fase

- ✚ **Módulo 5: Herramientas del Product Manager & Product Marketing Manager**
 - ✚ Product Management & Product Planning Templates
 - Customer Visit Plan
 - Features Matrix
 - Gap Analysis
 - Product Plan
 - MRD Template (Market Requirement Document)
 - PRD Template (Product Requirements Document)
 - MRD & PRD Template (Marketing & Product Requirements Combined)
 - Pricing Template
 - Product Roadmap Template
 - Win Loss Analysis Questionnaire
 - Win Loss Analysis Report
 - ✚ Product Marketing & Market Management Templates
 - Business Case
 - Business Case Presentation
 - Competitive Analysis Template
 - Corporate Mission
 - Lead Generation
 - Marketing Plan Template
 - Positioning Template
 - Product Comparison Table
 - PSFB (Product, Solution, Features, Benefits)
 - Sales (Axioms)
 - Unique Selling Proposition (Propuesta Unica de Venta)

- ✚ **Módulo 6: Marketing Communications**
 - ✚ Colateral Matrix
 - ✚ Press Release Questionnaire
 - ✚ Product Backgrounder
 - ✚ Bundle Book Structure
 - ✚ Decision Making
 - ✚ Document Template
 - ✚ Management by Objectives
 - ✚ Meeting Rules
 - ✚ Sign-off

Inversión:

- ✚ **Modalidad Online:**
 - ✚ Costo por participante: \$16,560.00 IVA incluido
 - ✚ Duración: 48 hrs.
 - ✚ Incluye: manual del curso en electrónico (pdf), herramientas modelo, referencias web y documentos de lectura (pdf)
 - ✚ Entregable del curso: plan de Marketing, plan de Producto, reconocimiento por parte de la AINIM
 - ✚ Para cursos abiertos se requiere de un mínimo de 5 participantes.
- ✚ **Modalidad Presencial:**
 - ✚ Costo por participante: \$46,080.00 IVA incluido
 - ✚ Duración: 28 hrs.
 - ✚ Incluye: manual del curso impreso y en electrónico (pdf), herramientas modelo, referencias web y documentos de lectura (pdf)
 - ✚ Entregable del curso: plan de Marketing, plan de Producto, reconocimiento por parte de la AINIM
 - ✚ Para cursos abiertos se requiere de un mínimo de 10 participantes.

Informes: ventas@grunetec.com

Fin del documento _____