

SEMINARIO PROFESIONAL – 24 h.

FORMATO: Presencial

ÁREA: Marketing

OBJETIVOS

- » Conocer el encuadre del Product Management y sus relaciones con la estrategia de la empresa.
- » Analizar las dimensiones internas de gestión del Product Management: la gestión de carteras y la gestión de ciclos.
- » Relacionar el Product Management con otras dimensiones estratégicas de la empresa y los departamentos que las soportan.
- » Conocer las herramientas del Product Management.
- » Desarrollo de la vertiente personal del Product Management: el Product Manager y el desempeño de su puesto.

PROGRAMA - FASES

- » Product Management y Estrategia Empresarial.
- » Dimensiones de gestión del Product Management.
- » Product Management y otras dimensiones estratégicas de la empresa.
- » Herramientas y líneas de trabajo del Product Management.
- » Product Manager: contenido, naturaleza y dinámica del puesto.

METODOLOGÍA

PRESENCIAL:

- » Aportaciones del claustro.
- » Casos prácticos individuales y grupales.
- » Role-plays.
- » Debate y análisis de situaciones reales.
- » Flipped classroom.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

- » Directores de Marketing, Responsables de Unidades de Negocio, Jefes de Producto, Asistentes al Jefe de Producto.

**Información sujeta a posibles modificaciones en función del diseño final fruto de la propuesta con cliente.*