

Diplomatura de Estudio en

# Product Manager



**INICIO**

22 de agosto



**DURACIÓN**

6 meses

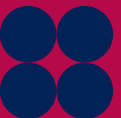


**MODALIDAD**

Online



APRENDE A CREAR ESTRATEGIAS DE PRODUCTO QUE  
IMPULSEN EL CRECIMIENTO DE TU NEGOCIO



4<sup>o</sup>  
edición

# Diplomatura de Estudio en Product Manager



**Las empresas innovadoras** identifican continuamente oportunidades de negocio y plantean estrategias para aprovecharlas. Para ello, **desarrollan productos que se pueden ir adaptando a las nuevas necesidades de los consumidores**, apoyados siempre en el uso de la tecnología.

Dentro de estas empresas, existe una persona que se encarga de liderar estas actividades: el **Product Manager**. Este especialista, **es responsable de la estrategia y ejecución del lanzamiento de un nuevo producto, así como de gestionar el éxito de los productos actuales, y, a su vez, liderar el equipo que lo ayudará en este fin**. Posee habilidades para dirigir efectivamente equipos multidisciplinarios, aplicar herramientas ágiles y conoce muy bien el proceso para el desarrollo de nuevos productos, desde la ideación y validación, hasta su distribución y comercialización en el mercado.

De esta manera, el **Centro de Innovación y Desarrollo Emprendedor y la Facultad de Gestión y Alta Dirección de la Pontificia Universidad Católica del Perú**, lanzan la Diplomatura de Estudio en Product Manager, con el afán de **formar a los nuevos líderes de productos**, que sean **promotores de la innovación** en sus empresas y en el país.

- **Investiga** el mercado e **identifica** nuevas tendencias de productos innovadores.
- **Desarrolla** un análisis competitivo del entorno.
- **Analiza** la viabilidad del desarrollo de nuevos productos.
- **Define estrategias de marketing** para el lanzamiento y crecimiento de los productos.
- **Gestiona** la cartera actual de productos y **valida** continuamente con el mercado, su aceptación y feedback.

*Esta diplomatura es para ti:*



Ejecutivos con experiencia en puestos vinculados a Marketing, Innovación y Transformación Digital.

# Objetivo General

Gestionar la cartera de productos de la empresa, desde su concepción, diseño, lanzamiento y crecimiento en el mercado.



## Objetivo Específicos

1

**Diseñar e implementar el proceso de desarrollo de nuevos productos, aplicando estrategias de innovación con un enfoque en el consumidor.**

2

**Fomentar una transformación cultural hacia la innovación de la empresa.**

3

**Detectar las necesidades y deseos de los consumidores para descubrir insights.**

4

**Diseñar y validar prototipos aplicando la metodología Design Thinking y Lean Startup.**

5

**Diagnosticar e identificar la experiencia de compra anhelada por el consumidor.**

6

**Conocer casos de gerentes exitosos que aplican estrategias para el desarrollo de productos.**



# Malla curricular

## Etapa I **Introducción**

- Cultura de la innovación
- Gerencia del producto

## Etapa II **Conocimiento del consumidor**

- Marketing Estratégico
- Análisis del Mercado e Identificación de Insights

## Etapa III **Ideación y validación del producto**

- Design Thinking
- Diseño y Creación de Prototipos
- Lean Startup

## Etapa IV **Lanzamiento y Gestión del Producto**

- Gestión de Proyectos
- Estrategia Web y Redes Sociales
- Analítica Digital
- Alianzas Estratégicas

## Etapa V **Proyecto Final**

- Seminario con Gerentes
- Proyecto de Desarrollo de Productos

etapa

# Introducción

## Cultura de la Innovación

🕒 06 hrs.

Este módulo permite **entender la importancia de introducir a los equipos de trabajo de una empresa hacia un enfoque de innovación**, y los beneficios de tener una cultura empresarial con base en ella. De esta forma, cada colaborador que participa del proceso de creación y gestión de productos podrá ir **aplicando la innovación desde las funciones que realiza: desde técnicas creativas que faciliten sus actividades, hasta trabajos de co-creación para proponer nuevas soluciones**, de manera que la propuesta que otorga la empresa hacia el consumidor, sea coherente desde todas las áreas que la componen.

- Temas:**
- Gestión estratégica de la innovación
  - Desarrollo de equipos ágiles
  - El trabajo colaborativo y la creatividad
  - Intraemprendimiento

## Gerencia de Producto

🕒 09 hrs.

En este módulo se brinda **un primer acercamiento al tema de producto desde un enfoque estratégico y de gestión como líder**. Nos centraremos en analizar el proceso de entrega de valor de la empresa hacia el consumidor, y en **cómo definir una estrategia que abarque las diferentes variables** necesarias para desarrollar un producto nuevo y/o gestionar la cartera actual que ya posee la empresa.

- Temas:**
- Funciones y responsabilidades de la gerencia de producto
  - Cómo crear valor a través de los productos y servicios
  - Concepción de un nuevo producto
  - Analizar la cartera actual de productos

# Conocimiento del Consumidor

## Marketing Estratégico

🕒 12 hrs.

En este módulo, **se inicia el análisis de la disciplina del marketing** con una visión a mediano y largo plazo, para planificar adecuadamente acciones que lleven a la empresa a un crecimiento sostenido. Se brinda un **panorama general de lo que abarca el desarrollo de un plan de marketing**, y cómo definir adecuadamente estrategias. Asimismo, conoceremos los términos fundamentales para crear una base sólida que nos permita adentrarnos en **el tema y fortalecer nuestras propuestas posteriormente**.

- Temas:**
- Segmentación, targeting y posicionamiento
  - Objetivos y estrategias de mix de marketing
  - Matrices para el análisis estratégico de nuevos productos
  - Branding
  - Gestión de las comunicaciones integradas de marketing

## Análisis del Mercado e Identificación de Insights

🕒 12 hrs.

En este módulo, **iniciamos la exploración del mercado** para entender por qué el consumidor se ha convertido en el punto inicial de análisis para una empresa, y que, por tanto, **requiere que lo conozcamos lo más profundamente posible, desde sus necesidades, gustos y preferencias**. Solo así, seremos capaces de identificar sus motivaciones y ofrecerle un producto que supere sus expectativas y lo vincule con la empresa.

- Temas:**
- Análisis competitivo
  - El viaje de experiencia del cliente
  - Variables y perfil del consumidor
  - Qué es un insight y cómo identificarlo
  - Técnicas etnográficas de investigación

etapa

# Ideación y Validación del Producto

Design Thinking

🕒 15 hrs.

El módulo **desarrolla las fases del Design Thinking**, metodología que permite diseñar soluciones innovadoras a problemas de mercado, desde una perspectiva completamente visual, y centradas en el consumidor, acorde al contexto de alta incertidumbre en que se mueven los negocios. De esta manera, **seremos capaces de generar nuestras primeras propuestas innovadoras, para luego validarlas en el mercado hasta conseguir su versión final.**

- Temas:**
- Pensamiento visual y creativo
  - Fases del Design Thinking
  - Herramientas para empatizar y generar ideas
  - Cómo trabajar en equipos multidisciplinares





# Ideación y Validación del Producto

## Diseño y Creación de Prototipo

 15 hrs.

En este módulo nos **enfocaremos en diseñar un prototipo que ayude a validar nuestras hipótesis en el mercado**. Conoceremos las principales técnicas de prototipado rápido, y **traeremos a la realidad la idea de producto que queremos desarrollar**, centrándonos en su funcionalidad y diseño para que sea atractivo a los potenciales consumidores.

- Temas:**
- Planificación para la construcción del prototipo
  - Diseño funcional del prototipo
  - Herramientas digitales para diseño de prototipos
  - Cómo conectar con el usuario

## Lean Startup

 15 hrs.

En este módulo conoceremos sobre la **metodología Lean Startup**, gracias a la cual podremos **iterar y validar la creación de un nuevo producto en el menor tiempo posible y con la menor cantidad de recursos**, asimismo, nos permitirá ir co-creando nuestra propuesta de producto en estrecha relación con el mercado. Esta metodología nos **ayudará a validar si nuestra propuesta se ajusta al mercado, o si debemos mejorarla o cambiarla**, hasta encontrar el balance con las necesidades y motivaciones que tienen los consumidores.

- Temas:**
- Crear, medir y aprender
  - Experiment & Validation Boards
  - Customer Discover & Customer Validation
  - Análisis e interpretación de resultados

# IV etapa

## Lanzamiento y gestión del Producto

### Gestión de Proyectos

🕒 15 hrs.

En este módulo **conoceremos los conceptos fundamentales y la metodología para la gestión de proyectos**, mediante herramientas y técnicas aplicadas a casos prácticos. De esta manera, **podremos entender cómo evaluar la factibilidad y viabilidad del proyecto a nivel técnico y financiero**, así como estimar tiempos y responsables en las diversas actividades a realizar para su posterior monitoreo.

- Temas:**
- Alcance del proyecto
  - Definición de actividades, tiempos y responsabilidades
  - Costos y presupuestos
  - Monitoreo y control

### Estrategia Web y Redes Sociales

🕒 12 hrs.

El siguiente módulo desarrolla **el marketing digital desde el aspecto de la estrategia**, para entender las variables del entorno online y así **plantear propuestas de comunicación innovadoras**, que se adapten a las actuales plataformas de interacción social. **Conoceremos qué herramientas son útiles para lograr el lanzamiento y posicionamiento en el mercado**, el auge de las nuevas redes sociales, así como **la importancia de la reputación online y su coherencia en los diferentes medios con los que interactúa el consumidor**.

- Temas:**
- Análisis competitivo con herramientas digitales
  - SEM, SEO y Social Media
  - Plataformas de gestión de redes sociales
  - Estrategias para el lanzamiento y posicionamiento

# IV etapa

## Lanzamiento y gestión del Producto

### Analítica Digital

🕒 09 hrs.

En este módulo, luego de haber conocido previamente cómo diseñar y gestionar estrategias digitales, **comenzaremos a trabajar los aspectos relacionados al análisis de datos**. Uno de los grandes beneficios del entorno online, es que ayuda a **medir prácticamente todos los aspectos de una empresa y de los usuarios**, por tanto, genera una gran cantidad de información que debe ser revisada y clasificada si queremos interpretarla adecuadamente, y que sea de utilidad en la toma de decisiones. Por ello, en este módulo **aprenderemos más de esta gestión y de plataformas que nos ayudan a alcanzar estos objetivos**.

- Temas:**
- Importancia del análisis de datos
  - Plataformas de Analítica Web y RR.SS
  - KPI's e Interpretación de Resultados

### Alianzas Estratégicas

🕒 06 hrs.

El módulo desarrolla **la importancia de la creación de modelos asociativos**, así como el **proceso de negociación con las áreas involucradas de la empresa**, y con otros stakeholders externos a ella, que forman parte decisoria de los procesos de creación y gestión de productos.

- Temas:**
- Identificación de socios clave
  - Integración de unidades de negocio
  - Proceso de negociación

# V etapa

## Proyecto Final

### Seminario con Gerentes

🕒 09 hrs.

En este módulo, **los participantes podrán conocer de primera mano la experiencia de la experiencia de Product Managers exitosos**, teniendo la oportunidad de dialogar con líderes de empresas, quienes compartirán **cómo ha sido su gestión para impulsar el desarrollo de productos en diferentes mercados.**

- Temas:**
- Casos aplicados de gerencia de producto
  - Análisis de Resultados

### Proyecto de Desarrollo de Productos

🕒 15 hrs.

En este módulo, **los participantes podrán desarrollar su propio Proyecto de Desarrollo de Productos**, con el asesoramiento de especialistas que les permitirán aterrizar y validar sus ideas, así como **definir las primeras estrategias para su implementación en el mercado.**

- Temas:**
- Planteamiento del Problema
  - Generación de Ideas Disruptivas
  - Validación de Prototipos
  - Definición de Estrategias

# Certificación



**Diploma digital a nombre del Centro de Innovación y Desarrollo Emprendedor (CIDE) y la Facultad de Gestión y Alta Dirección de la Pontificia Universidad del Perú**

\*El participante deberá haber completado y aprobado satisfactoriamente los entregables de cada curso, así como su trabajo final.

## Reconocimiento

Los participantes que alcancen el logro de implementar exitosamente su Proyecto de Desarrollo de Productos en su empresa, recibirán una insignia digital como “Innovative Product Manager”, emitido por el Centro de Innovación y Desarrollo Emprendedor de la Pontificia Universidad Católica del Perú.



**Duración**

150 hrs.

**Horario**

Martes y jueves  
de 7:00 p.m. a 10:00 p.m.

**Modalidad**

Virtual

**Inversión**

**Al contado:**

S/ 5,000

**Fraccionado:**

Matrícula: S/ 600

6 Cuotas : S/ 800

- La modalidad fraccionada, se efectúa a través de la firma de 6 letras de pago.
- Previa evaluación.

**Informes**

[emprendedores@pucp.edu.pe](mailto:emprendedores@pucp.edu.pe)

[www.cide.pucp.edu.pe](http://www.cide.pucp.edu.pe)

Pontificia Universidad Católica del Perú

Av. Universitaria 1801 - San Miguel