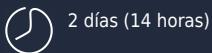


El nuevo jefe de producto

Métodos y herramientas para liderar estrategias de productos y servicios.

 Blended



2 días (14 horas)

Precio 1er inscrito : 1.100,00 € IVA exento Ref.: 67
2º inscrito y sucesivos 990,00 € IVA exento
Bonificable por asistente: 182,00 €
Precio In-Company : 5.375,00 € IVA exento
Bonificable por grupo de 10 asistentes: 1.820,00 €

¿Quieres dar un salto estratégico en tu carrera como Product Manager o jefe de producto?

Este curso intensivo de tres días te proporciona las **herramientas, metodologías y visión** que exige el nuevo entorno competitivo. Aprenderás a **liderar con datos, diseñar propuestas de valor diferenciadoras y gestionar carteras de productos con impacto real en los resultados**. Si buscas **posicionarte como un perfil clave en innovación, experiencia cliente y estrategia omnicanal**, este programa está diseñado para ti.

Dirigido a:

- Jefes de producto y responsables que intervienen en la definición, desarrollo y gestión de productos, tanto en su vertiente táctica como estratégica.
- Profesionales que desean adquirir o consolidar metodologías y herramientas clave para desempeñar con eficacia el rol de jefe de producto.

Llámanos
91 270 51 10

Contenido

1. El perfil del Product Manager

- Funciones y competencias clave.
- Diferencias entre jefe de producto, de marca o de mercado.
- Nuevas exigencias del rol: experiencia cliente, impacto ESG, estrategia omnicanal.

2. Análisis del entorno y oportunidades

- PESTEL y su aplicación práctica.
- Matriz de Porter y análisis competitivo digital.
- Personas y comportamiento del cliente: del dato al insight.
- Casos de benchmarking y tendencias globales.

3. Diagnóstico estratégico

- Análisis interno con datos reales (CRM, rentabilidad, márgenes).
- DAFO con visión realista y orientada a decisiones.
- Aplicación en entornos complejos: múltiples líneas de negocio, mercados o países.

4. Diseño de la estrategia de producto

- Segmentación B2B/B2C y selección de públicos clave.
- Las 5 reglas del posicionamiento efectivo.
- Propuesta de valor diferenciadora en mercados saturados.

5. Gestión de cartera y ciclo de vida

- Matriz BCG y criterios financieros avanzados.
- Priorizar según rentabilidad, potencial y alineación estratégica.
- Transversalidad con otras áreas: cómo integrar al comité comercial o de innovación.

6. Mix de marketing con visión omnicanal

- De las 4Ps a los modelos 6P, 4C y 4E.
- Estrategia de canales: eCommerce, social selling, marketplace.
- Pricing avanzado, soluciones híbridas y servicios de valor añadido.

7. Del plan estratégico al operativo

- Objetivos SMART e indicadores clave.
- Modelo de cuadro de mando del jefe de producto.
- Alineación entre marketing, ventas y operaciones.

Caja de herramientas del curso

- Plantilla DAFO
- Árbol de segmentación
- Modelo POEM para comunicación omnicanal
- Dashboard de KPIs para productos
- Ficha de priorización de cartera



Objetivos de la formación

- Aplicar con criterio herramientas y metodologías propias del rol de jefe de producto.
- Analizar datos internos y del entorno competitivo para identificar oportunidades y riesgos.
- Elaborar un diagnóstico estratégico que conecte análisis y posicionamiento de producto.
- Diseñar estrategias de marketing orientadas al cliente, sostenibles y alineadas con los objetivos de negocio.
- Gestionar y optimizar la cartera de productos o marcas en función de rentabilidad, ciclo de vida y alineación estratégica.



Competencias de la formación

- Visión estratégica de producto y mercado.
- Herramientas de diagnóstico y análisis.
- Diseño de propuestas de valor diferenciadoras.
- Gestión de cartera de productos.
- Toma de decisiones basada en datos e indicadores.



Beneficios adicionales

1. Dominar las competencias estratégicas que exige el nuevo perfil del Product Manager

Porque hoy no basta con coordinar productos: necesitas liderar decisiones de alto impacto, integrar criterios ESG, experiencia cliente y visión omnicanal. Este curso te prepara para convertirte en un perfil indispensable dentro de cualquier comité estratégico.

2. Aplicar herramientas concretas para analizar, decidir y priorizar con rigor profesional

Aprenderás a usar metodologías como PESTEL, matriz BCG, DAFO realista o modelos de segmentación avanzada. No es teoría: trabajarás con dashboards, plantillas y fichas aplicables desde el primer día en tu organización.

3. Diseñar propuestas de valor que destacan en mercados saturados

Te entrenarás en posicionamiento, diferenciación y desarrollo de propuestas potentes tanto en B2B como B2C. Saldrás con criterios claros para competir con efectividad, generar valor y sostener el crecimiento.

4. Potenciar tu perfil profesional con visión integral de producto, marca y mercado

Este curso no solo amplía tus habilidades: te posiciona como un líder capaz de conectar marketing, ventas y operaciones. Tendrás una hoja de ruta para avanzar hacia posiciones de mayor responsabilidad y visión transversal.



Fechas y ciudades 2026 - Référence 67



Últimas plazas



Edición garantizada

Virtual

De 18 feb. A 20 feb.

De 23 sep. A 25 sep.

De 11 may. A 13 may.

De 18 nov. A 20 nov.