

Sílabo

1MN372 - Gestión de Productos

I. Información general

Nombre del Curso: Gestión de Productos
Código del curso: 1MN372
Departamento Académico: Marketing y Negocios Internacionales
Créditos: 3
Horas Teoría: 2
Horas Práctica: 2
Periodo Académico: 2023-01-PRE
Sección: A
Modalidad: Presencial
Idioma: Español
Docente: DIEGO SAKODA MIZUSHIMA
Email docente: d.sakodamizushima@up.edu.pe

II. Introducción

El curso tiene el propósito de brindar un conocimiento integral sobre la gestión de productos y marcas desde un enfoque empresarial orientado a la creación de valor del shopper. El alumno será capaz de recoger y procesar información acerca del entorno competitivo, tendencias del mercado, ello para poder entender la coyuntura actual de una marca específica y determinar las estrategias de producto adecuadas para la misma, así como de diseñar e implementar las estrategias para la gestión de marca, incluyendo entre otras, manejo de portafolio, administración del valor capital de marca, y manejo de extensiones de línea desde un enfoque integrador del marketing y la sinergia colaborativa con el área comercial y de Trade Marketing.

Se abordará también estrategias digitales orientadas a profundizar la toma de decisiones de forma analítica.

III. Logro de aprendizaje final del curso

IV. Unidades de aprendizaje

Profundidad del producto y servicio.

Logro de Aprendizaje / propósito de la unidad:

- Mostrará que comprendió los textos y temas tratados con el curso a dicha fecha y será capaz de analizar los niveles de producto desde un enfoque de gestión empresarial para la toma de decisiones.
- Explicará o propondrá claramente la formulación estratégica de Marketing.

Contenidos:

- Introducción al Desarrollo de Productos
- Ciclo de vida empresarial del producto: Clasificaciones de ciclo de vida.
- Niveles de producto y su implicancia en el desarrollo de la estrategia.
- Gestión de productos.

Estrategia de Producto

Logro de Aprendizaje / propósito de la unidad:

•El estudiante preparará y sustentará un avance del trabajo final que incluyen los temas del curso cumpliendo con los estándares de lanzamiento de un producto según la teoría del marketing. •Mostrará que ha leído y comprendido los textos y temas brindados con el curso a dicha fecha. •Describirá con sustento teórico los hallazgos de la investigación realizada, la formulación estratégica propuesta y las estrategias de producto y marca. •Comprenderá el significado digital en el mundo moderno de la gestión de un productos y marcas.

Contenidos:

- Posicionamiento de productos y marcas.
- Proyecto de lanzamiento de Producto.
- Entorno digital: Ecommerce, Market Place.

Estrategia de Marca.

Logro de Aprendizaje / propósito de la unidad:

•Al terminar la semana 15 del curso de Gestión de Productos el estudiante preparara y sustentara un trabajo final que incluyen todos los temas del curso. •Mostrará que ha leído y comprendido los textos y temas relacionados con el curso a dicha fecha. •Describirá con sustento teórico las estrategias de mezcla de producto que se sustentan en los hallazgos de la investigación realizada y la formulación estratégica propuesta considerando a su vez los parámetros digitales.

Contenidos:

V. Estrategias Didácticas

VI. Sistemas de evaluación

Consideraciones para las evaluaciones

Producto/Instrumento

Criterios

Ponderación

Trabajos:

1.1 Participación en clase.

1.2 Casos grupales

1.3 Avance del Trabajo final.

1.4 Trabajo final

Unidad de aprendizaje 1, 2 o 3.

40%

2. Examen Parcial.

Unidad de aprendizaje 1, 2 o 3.

30%

3. Examen Final

Unidad de aprendizaje 1, 2 o 3.

30%

Total



UNIVERSIDAD
DEL PACÍFICO

100%

Nombre evaluación	%	Fecha	Criterios	Comentarios
-------------------	---	-------	-----------	-------------

VII. Cronograma referencial de actividades

Unidades de aprendizaje	Contenidos y actividades a realizar	Recursos y materiales	Evaluaciones
Semana 1: del 20/03/2023 al 25/03/2023			
<ul style="list-style-type: none"> Profundidad del producto y servicio. 	<p>Contenido</p> <p>Presentación del curso</p> <p>Características y clasificación de los productos.</p> <p>Niveles de Producto</p> <p>Clasificación de los Productos.</p> <p>Jerarquía de Productos.</p> <p>Mezcla de Productos</p> <p>Análisis de la línea de productos.</p> <p>Longitud de la línea de productos.</p>		
Semana 2: del 27/03/2023 al 01/04/2023			
<ul style="list-style-type: none"> Profundidad del producto y servicio. 	<p>Contenido</p> <ul style="list-style-type: none"> Naturaleza de los servicios. Características diferenciadoras de los Estrategias de servicios Marketing Mix de servicios 		

Unidades de aprendizaje	Contenidos y actividades a realizar	Recursos y materiales	Evaluaciones
Semana 3 con feriados el jueves 06, viernes 07 y sábado 08: del 03/04/2023 al 08/04/2023			
<ul style="list-style-type: none"> Profundidad del producto y servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> Innovación y Desarrollo de Nuevos Productos Actividades Ciclo de vida del producto. Ejercicio: Desarrollo del concepto de un nuevo producto o servicio. 		
Semana 4: del 10/04/2023 al 15/04/2023			
<ul style="list-style-type: none"> Estrategia de Producto 	Caso UBER: Estrategia de Servicio.		
Semana 5: del 17/04/2023 al 22/04/2023			
<ul style="list-style-type: none"> Estrategia de Producto 	<ul style="list-style-type: none"> Ciclo de vida de Producto. Fundamentos de Pricing para lanzamientos de producto. Canales de distribución de cara al lanzamiento de productos. 		
Semana 6: del 24/04/2023 al 29/04/2023			
<ul style="list-style-type: none"> Estrategia de Producto 	Caso Apple: Definiendo la extensión de línea y el valor de marca.		
Semana 7: del 01/05/2023 al 06/05/2023			
<ul style="list-style-type: none"> Estrategia de Producto 	<ul style="list-style-type: none"> Avance del trabajo final. Embalaje, envase, empaque y etiquetado del producto. 		
Semana 8 de exámenes parciales: del 08/05/2023 al 13/05/2023			
Semana 9: del 15/05/2023 al 20/05/2023			
<ul style="list-style-type: none"> Estrategia de Producto 	<ul style="list-style-type: none"> Diferenciación y Diseño de Productos. Estrategias de Productos de lujo. 		

Unidades de aprendizaje	Contenidos y actividades a realizar	Recursos y materiales	Evaluaciones
	<ul style="list-style-type: none"> • Productos y medio ambiente. Marketing social. 		
Semana 10: del 22/05/2023 al 27/05/2023			
<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de Producto 	Caso Starbucks: Definiendo el valor del servicio.		
Semana 11: del 29/05/2023 al 03/06/2023			
<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de Marca. 	<ul style="list-style-type: none"> • El rol del buyer personas en la estrategia de productos. • Desarrollo y establecimiento del posicionamiento de marca. • Estrategia de Posicionamiento de Marca. • Valor de marca y Ranking de marcas Nombre de marca y marca registrada. 		
Semana 12: del 05/06/2023 al 10/06/2023			
<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de Marca. 	<ul style="list-style-type: none"> • Imagen reputacional, servicio. • Reflexión sobre el streaming. 		
Semana 13: del 12/06/2023 al 17/06/2023			
<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de Marca. 	Estrategias de producto en el mundo digital. <ul style="list-style-type: none"> • SEO, SEM. • Estrategias de Ecommerce. • El producto y la omnicanalidad 		
Semana 14: del 19/06/2023 al 24/06/2023			
<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de Marca. 	<ul style="list-style-type: none"> • Elementos modificadores de la marca. • Marca Propia. • Estrategias de Marca. • Arquitectura de Marca. • Brand Equity. 		

Unidades de aprendizaje	Contenidos y actividades a realizar	Recursos y materiales	Evaluaciones
	CASO ZARA		
Semana 15 con feriado jueves 29: del 26/06/2023 al 01/07/2023			
<ul style="list-style-type: none"> Estrategia de Marca. 	Trabajo Final Exposición de proyectos de marketing. Repaso		
Semana 16 de exámenes finales: del 03/07/2023 al 08/07/2023			
<ul style="list-style-type: none"> Profundidad del producto y servicio. 	Examen final. Entra todo el curso.		

VIII. Referencias bibliográficas

Obligatoria

Biblioteca UP. Kotler, Philip , Keller, Kevin , -, - & - (2016). *Dirección de Marketing*. Mexico : PEARSON Educacion.

Recomendada

Biblioteca UP. ALEJANDRO SCHNARCH KIRBERG (2005). *Desarrollo de nuevos productos Cómo crear y lanzar con éxito nuevos productos y servicios al mercado*. [Versión Libro] Recuperado de McGraw- Hill..

Biblioteca UP. Armstrong, Gary, Kotler, Philip,... Armstrong, Gary, Kotler, Philip (2017). *Fundamentos de Marketing*. 2017: Pearson Educacion Mexico..

Biblioteca UP. CARLOS VELASCO, CHARLES SPENCE (2019). Multisensory Packaging. En CARLOS VELASCO, CHARLES SPENCE (CARLOS VELASCO, CHARLES SPENCE). *Multisensory Packaging*. (pp. 21). 2019: Palgrave Macmillan .

89603 David L. Rogers, -, -, - & - (2021). *Guía Estratégica para la transformación digital* . Madrid: Empresa activa.

Biblioteca UP. Desarrollo ágil de productos y servicios digitales (2022). UX Latam : historias sobre definición y diseño de servicios digitales.. En Barbary, Sergio, Federico Codino y Víctor García (Barbary, Sergio.). *UX Latam : historias sobre definición y diseño de servicios digitales*.. (pp. 131 a). Lima Perú : Universidad del Pacífico .

Biblioteca UP. Saint-Denis, Cecilia Y., (2018). *Consumer and sensory evaluation techniques : how to sense successful products*. Recuperado de Hoboken, New Jersey : Wiley.