

DIPLOMADO DE EXTENSIÓN EN

# PRODUCT MANAGER



**B-LEARNING**



# DIPLOMADOS B-LEARNING UNEGOCIOS

**5 módulos, 1 de ellos lo eliges tú**



El diploma se desarrolla con:



+



**5 módulos**  
en plataforma online

**5 clases con profesor**  
a distancia y en vivo

*Estas clases son opcionales y **no son requisito** para la aprobación del diploma*



**Con los 5 módulos a distancia  
aprobados obtienes tu diploma**

## MODALIDAD ONLINE UNEGOCIOS

La modalidad online (semipresencial) de Unegocios, desarrolla sus programas en base a contenidos introductorios en las diferentes temáticas que se imparten. De esta manera, el estudiante que se encuentre en el inicio de su carrera profesional o que requiera aprender sobre un tema nuevo, puede cursar nuestros programas académicos, sin necesidad de tener una experiencia previa acabada en cada área. Los contenidos se imparten pensando en un formato que complemente lo laboral y/o personal y que puedan ser comprendidos sin mayor dificultad.

Esta modalidad permite total flexibilidad y accesibilidad para el alumno, quien podrá escoger el lugar, horario y ritmo de estudio en el dispositivo que más le acomode. Durante todo el proceso, el alumno podrá resolver sus dudas con el profesor a cargo y apoyarse también en la coordinación docente de cada programa.



## DESCRIPCIÓN

El avance e irrupción de las nuevas tecnologías en distintos mercados, hacen que éstos sean cada vez más complejos y exigentes, con consumidores más demandantes y nuevos competidores luchando día a día por servirlos. El participante de este Diplomado estará preparado y capacitado con las herramientas necesarias para enfrenar la gestión comercial de productos y liderar iniciativas de desarrollo de productos trabajando con las distintas áreas de su organización. La velocidad a la cual está sucediendo los cambios en todos los sectores productivos y de servicios nos obligan a estar actualizados en conocimientos y preparados para implementar estrategias innovadoras para la comercialización de los productos o servicios a su cargo.

## OBJETIVO:

Entregar conocimientos y herramientas a través de lecciones teóricas y prácticas, de manera tal que el alumno tenga un buen entendimiento del rol del Product

Manager y su responsabilidad en el diseño, desarrollo e implementación de la oferta de productos y servicios en su empresa, desde la conceptualización hasta su venta al cliente final. Permitir al alumno evaluar distintas estrategias digitales, siempre con foco en el cliente para que pueda diseñar y gestionar campañas que mejoren el impacto de los productos y servicios a su cargo en el ambiente digital.

### El programa te prepara para:

- Conocer las claves para la administración de Productos en un contexto de cambio constante, lo que permitirá a las distintas áreas de la compañía para entregar una oferta de valor a través de los distintos canales de distribución.
- Comprender distintas metodologías para proyecciones de demanda, fijar los objetivos de ventas, y hacer las mediciones claves de indicadores de gestión, para controlar y administrar el negocio.
- Identificar las variables que generan mayor impacto en el crecimiento de las ventas de la empresa, de sus clientes y la satisfacción del Shopper/Consumidor.



LA UCHILE EN TODAS PARTES



# MÓDULOS

## 1.- GESTIÓN DE DEMANDA, INDICADORES DE GESTIÓN Y PRICING

### Objetivos:

- Dar a conocer los principales elementos de Estadística aplicada a la gestión de Retail.
- Internalizar el conocimiento de los principales indicadores de gestión de Retail,
- Definir en los principales medidores de desempeño estableciendo métricas de resultados.

### Este curso te prepara para:

- Incentivar y desarrollar la capacidad analítica del negocio con una visión 360°.
- Gestionar indicadores propios de gestión que permitan controlar y mejorar el desempeño de las labores y de los resultados de la organización.
- Podrán comprender y elaborar un proceso de forecast u objetivos de ventas alineados a toda la organización.
- Aplicar experiencias y casos reales de gestión en procesos e innovación aplicados al retail para identificar y gestionar la variables claves del marketing mix en particular integrando las definiciones de pricing y rentabilidad.

## CONTENIDOS

### Indicadores de Gestión, KPI´s claves de medición

Comprender y definir los Indicadores de gestión o KPI´s claves de Medición.

- Venta por metro cuadrado.
- Posicionamiento de precios.
- SSS (same,Stores,sales).
- Out of Stock.
- Distribución física y ponderada.
- Días de inventario. Otros.

### Generación de Demanda. Forecast. Definición de los Objetivos de Ventas

Comprender y definir los Indicadores de gestión o KPI´s claves de Medición.

- Definición de los drives relevantes para definir los objetivos de ventas.
- Plan comercial Integrado.
- Metodología para elaboración de un forecast o proyecciones de ventas.
- Comprensión y definición de las variables claves del marketing mix, Pricing.

### Conocer experiencias y casos reales de gestión en procesos e innovación aplicados al retail

Conocer las prácticas mas innovadoras y como aplicarlas a la realidad de las organizaciones.

- FMG ( OSA ) Out of Stock.
- B2b y B2C.
- Innovación en procesos.
- Reposición de productos en PDV.
- CPFR.

### Conocer experiencias y los desafíos en la Tendencias del Retail

Conocer las estrategias para enfrentar los desafíos de la Economía Digital.

- Omnicanalidad.
- Economía Digital versus la economía física.
- Offline versus online.
- Mercados maduros versus emergentes.



### Profesor Pablo Barberis

Ingeniero comercial, con postítulo en marketing estratégico, marketing digital y posformación en retail, logística, TI y comercio electrónico. Certificación de Scrum Alliance en metodología ágil y scrum master.

Cuenta con más de 23 años de experiencia liderando gerencias generales y comerciales en la industria del retail, consumo masivo, agroindustria, servicios y tecnología en empresas nacionales e internacionales, tanto en Chile como en Latinoamérica.

Director de empresas y subdirector del Área Consultoría de Unegocios de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile. Director académico y docente para el desarrollo de ejecutivos en temas de planes de negocios y análisis de los mercados, planificación estratégica, transformación digital, retail, gestión de la innovación, canales de distribución, marketing avanzado y desarrollo de productos. Speaker nacional e internacional en temas relacionados.

#### HORARIOS:

**Inicio:** 25-08-21 **Término:** 21-09-21

**Clase Inaugural:** 28-08-21 09:30 a 10:30 h

**Clase virtual en vivo:** 25-09-21 de 09:30 a 12:30 h

## 2- INTRODUCCIÓN AL PRODUCT MANAGER

### Objetivo del Curso:

- Comprender a cabalidad el rol de Product Manager y las responsabilidades asociadas al rol.
- Conocer y entender las principales metodologías de Product Management y su aplicación por parte del Product Manager.
- Conocer y seleccionar los indicadores de gestión adecuados para las distintas etapas de una estrategia de Product Management.
- Implementar y controlar un Cuadro de Mando de Producto, definiendo Planes de Acción y metas dentro de una organización.

### Este curso te prepara para:

- Ser capaz de identificar los roles y responsabilidades del Product Manager, las principales métricas asociadas al cargo, aplicadas en el contexto de negocios actual y los efectos de la transformación digital. Entenderá cómo estas métricas apoyan la mejora continua en el desempeño de los productos a su cargo y el diseño y ejecución de planes de acción específicos, medibles y alcanzables.

## CONTENIDOS

### Introducción

Al finalizar este módulo el alumno será capaz de conocer y entender cómo la 4ta Revolución Industrial está cambiando el ciclo de vida de los productos y como el Product Management se debe adaptar en el contexto de la Transformación Digital.

- Contexto: 4ta Revolución Industrial.
- Transformación Digital y Disrupción.
- ¿Qué es el Product Management?

### El product manager

Al finalizar este módulo el alumno será capaz de conocer las labores asociadas al cargo de Product Manager, sus roles y responsabilidades. También conocerá la metodología de Diseño de Propuesta de Valor a partir de la herramienta CANVAS.

- ¿Qué hace el Product Manager?
- Sus Roles y Responsabilidades.
- Diseño de la Propuesta de Valor.

### Estrategias de product management

Al finalizar este módulo el alumno será capaz de conocer y aplicar Planes de Acción de Productos a partir de un análisis del ciclo de vida del mismo. También conocerá y podrá aplicar las métricas asociadas a la gestión de productos.

- Ciclo de Vida de Productos.
- Planes de Acción de Productos.
- Métricas de Productos 1ra parte.

### Cuadro de mando de productos

Al finalizar este módulo el alumno será capaz de construir un cuadro de mando de productos con las métricas claves en la gestión de un Product Manager. También podrá definir e implementar estrategias de producto mediante el uso del cuadro de mando.

- Métricas de Productos 2da parte.
- Construcción del Cuadro de Mando de Producto.
- Selección de Métricas.
- Usando el Cuadro de Mando de Producto.



### Profesor Martín Cook

Ingeniero Comercial y Máster en Finanzas Universidad de Chile. Profesor de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile. Con 12 años de experiencia en Movilidad y Tecnología en Entel y Samsung. Además 6 años de experiencia comercial con fuerza de venta a cargo en BancoEstado Seguros y Amicar Derco/Gildemeister.

Actualmente se desempeña como CEO de Pacific Cloud Solutions | Value Factory, empresas de tecnología cuya misión es apoyar la creación de valor para Medianas y Grandes Empresas en Chile y Perú a través de la transformación digital.

#### HORARIOS:

**Inicio:** 06-10-21 **Término:** 02-11-21

**Clase Inaugural:** 09-10-21 09:30 a 10:30 h

**Clase virtual en vivo:** 06-11-21 de 09:30 a 12:30 h

### 3- GESTIÓN COMERCIAL Y MODELOS DE VENTA

#### Objetivo del Curso:

- La planificación comercial es la herramienta que nos permite organizar de una forma sistemática la actividad comercial que vamos a realizar. Es una herramienta clave para garantizar que dicha actividad comercial esté bien dirigida y programada, y que nos permita lograr nuestros objetivos comerciales los cuales deben ser acordes y consecuentes con la estrategia general de nuestra organización.

#### Resultados esperados:

- Entregar una visión estratégica de la Planificación Comercial y de los Modelos de Ventas existentes y las tendencias en base a las exigencias del mercado.
- Conseguir que los participantes adquieran conocimiento y herramientas concretas para la creación y desarrollo de la Planificación Comercial en sus organizaciones.
- Aprender los conceptos, variables claves, de modo práctico y concreto que permitan desarrollar destrezas en la gestión efectiva para la creación, administración y ejecución de los Planes comerciales.
- Identificar los modelos de ventas idóneos para la organización y su implementación efectiva.
- Las variables fundamentales del entorno competitivo del mercado y de la cadena de abastecimiento externa e interna de la empresa.
- Comprender los ciclos de vida de los productos, estrategias de marca, clasificación de desarrollo de marca en los mercados, lanzamientos de productos, variables claves de la mezcla de productos y sus roles.

#### CONTENIDOS

##### Planificación estratégica

- Planificación Estratégica de la Empresa y sus alcances para la Planificación Comercial.
- Tendencias del entorno competitivo y cambios en las conductas de los consumidores.
- Como gestionar la innovación centrándose en el cliente.
- Análisis del Mercado.
- Determinar los Objetivos Comerciales.
- Pasos y variables claves para ejecutar un plan de desarrollo de productos.
- Visión estratégica de productos dentro de la cadena de valor en la organización.
- Desarrollo de productos nuevos. El mercado, consumidores, canales y clientes, formatos, roles.

##### Herramientas y posicionamiento

- Los 5 niveles de productos para la definición de un Plan de Negocios.
- Las 4 dimensiones de la mezcla de productos como fundamento estratégico.
- Ciclo de vida de productos y su análisis.
- Estrategias consideradas para el lanzamiento de productos.
- La Marca, variable estratégica esencial del producto.
- Como crear productos nuevos. Método práctico de realización.

##### Gestión comercial

- Segmentación de clientes.
- Canales de Distribución.
- Fuentes de captación de clientes.
- Proceso práctico para estimaciones de demanda con foco en comportamiento de los productos.
- Herramientas de control y medición de la planificación comercial.
- Seguimiento a la Ejecución y a la Venta.

##### Modelos de venta

- Conociendo los distintos modelos de Ventas y su identificación organizacional.
- Tipos de ventas de acuerdo al negocio, de servicios, de productos físicos. Entre otros.



#### Profesor Pablo Barberis

Ingeniero comercial, con postítulo en marketing estratégico, marketing digital y posformación en retail, logística, TI y comercio electrónico. Certificación de Scrum Alliance en metodología ágil y scrum master.

Cuenta con más de 23 años de experiencia liderando gerencias generales y comerciales en la industria del retail, consumo masivo, agroindustria, servicios y tecnología en empresas nacionales e internacionales, tanto en Chile como en Latinoamérica.

Director de empresas y subdirector del Área Consultoría de Unegocios de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile. Director académico y docente para el desarrollo de ejecutivos en temas de planes de negocios y análisis de los mercados, planificación estratégica, transformación digital, retail, gestión de la innovación, canales de distribución, marketing avanzado y desarrollo de productos. Speaker nacional e internacional en temas relacionados.

#### HORARIOS:

**Inicio:** 17-11-21 **Término:** 14-12-22

**Clase Inaugural:** 20-11-21 09:30 a 10:30 h

**Clase virtual en vivo:** 18-12-22 de 09:30 a 12:30 h



# B

## 4- BRANDING

### Objetivo del Curso:

El objetivo de este curso es adentrar a los alumnos en el mundo del Branding, presentándoles los conceptos técnicos necesarios para construir una marca y lograr una relación de largo plazo entre esta y su mercado objetivo.

### Este curso te prepara para:

- Comprender el rol estratégico del Branding.
- Comprender la creación de valor de Marca.
- Comprender el concepto de posicionamiento de Marca.
- Comprender los elementos de la arquitectura de Marca.
- Comprender como se construyen Marcas Globales.
- Comprender finalmente como se logra la Lealtad de Marca.
- Actualizarte en el nuevo entorno competitivo, incorporando nuevas tendencias como la Sustentabilidad en el Branding.

## CONTENIDOS

### La naturaleza y el alcance del Branding

Introducción al mundo del branding.

- Definición de Branding.
- Propósito y Objetivos del Branding.
- El genoma de la Marca: Brand Story, Portfolio, Promesa de Marca.
- Brand Elements.
- Brand Value Elements.
- Brand Identity.
- Brand Feelings, emociones alrededor de una marca.
- La Jerarquía de marca.

### Marca y mercado

El rol del Branding en la construcción de una relación de largo plazo con el cliente.

- Estrategia de Branding (Funnel).
- Profundidad de Marca.
- Branding vs Marketing.
- Integración del Branding y el Marketing.
- El camino e impacto de la percepción de marca.

### Brand Management

Comprender el rol y la relevancia de la gestión estratégica de una marca.

- Posicionamiento de marca.
- Valores de marca.
- StoryTelling.
- Brand Building.

- Programas de Brand Marketing.
- Medición del desempeño de Marca.
- Gestión e incremento del Brand Equity.
- Brand Lovers.

### Marcas sustentables en el entorno actual

Comprender el rol y la importancia de la sustentabilidad en el entorno actual.

- El nuevo consumidor.
- Los nuevos mercados.
- Definición y elementos de una marca sustentable.
- Los roles del marketing sustentable.
- Innovación y Sustentabilidad en Branding.
- Greenwashing, "Los pecados de la falsa sustentabilidad".
- Ejemplos de Marcas Sustentables.



### Profesora Sandra Bauer

Ingeniera Comercial, Universidad de Chile, Chile. MTB International Business & Marketing, UC Berkeley de California, EEUU.

Amplia experiencia en áreas de marketing, retail y management. Se ha desempeñado en importantes transnacionales de retail.

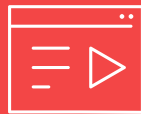
Actualmente se desempeña como Commercial Manager de una empresa transnacional de renombre.

#### HORARIOS:

Inicio: 19-12-21 Término: 25-01-22

Clase Inaugural: 08-01-22 09:30 a 10:30 h

Clase virtual en vivo: 29-01-22 de 09:30 a 12:30 h



# MÓDULO ELECTIVO



<b>CURSOS</b>	<b>FECHA DE INICIO</b>	<b>FECHA DE TÉRMINO</b>	<b>CLASE INAUGURAL</b>	<b>CLASES PRESENCIAL / VITRUAL</b>
<b>Curso Administración de Empresas</b>	06-04-22	03-05-22	09-04-22	07-05-22
<b>Curso Estrategia Comercial</b>	06-04-22	03-05-22	09-04-22	07-05-22
<b>Curso Plan de Marketing Digital</b>	06-04-22	03-05-22	09-04-22	07-05-22
<b>Curso Diseño de Procesos</b>	06-04-22	03-05-22	09-04-22	07-05-22
<b>Curso Finanzas Corporativas</b>	20-04-22	17-05-22	23-04-22	28-05-22
<b>Curso Comunicación y Liderazgo</b>	20-04-22	17-05-22	23-04-22	28-05-22
<b>Curso Fundamentos en la Gestión Retail</b>	20-04-22	17-05-22	23-04-22	28-05-22
<b>Curso Big Data</b>	11-05-22	07-06-22	14-05-22	11-06-22
<b>Curso Fundamentos base del emprendimiento</b>	11-05-22	07-06-22	14-05-22	11-06-22
<b>Curso Planificación estratégica de abastecimiento</b>	11-05-22	07-06-22	14-05-22	11-06-22
<b>Curso Experiencia cliente</b>	11-05-22	07-06-22	14-05-22	11-06-22
<b>Curso Excel Básico</b>	06-04-22	03-05-22	09-04-22	07-05-22
<b>Curso Excel Intermedio</b>	20-04-22	17-05-22	23-04-22	28-05-22
<b>Excel AvanzadoCurso</b>	06-04-22	03-05-22	09-04-22	07-05-22
<b>Curso Plan estratégico Personal</b>	27-04-22	24-05-22	30-04-22	28-05-22
<b>Curso Presentaciones profesionales efectivas</b>	27-04-22	24-05-22	30-04-22	28-05-22
<b>Curso Gestión efectiva del tiempo</b>	27-04-22	24-05-22	30-04-22	28-05-22
<b>Curso Comunicación efectiva</b>	27-04-22	24-05-22	30-04-22	28-05-22
<b>Curso Control de Gestión y BSC</b>	30-03-22	26-04-22	02-04-22	30-04-22

*\*Te invitamos a ingresar a nuestro sitio web, para que conozcas nuestra oferta completa de programas B-learning.*



## INFORMACIÓN GENERAL

### VALOR DIPLOMADO:

**\$2.100.000.-**

### HORAS:

#### TOTAL DE HORAS:

**140hrs. en plataforma online**

**20hrs. a distancia con el profesor en vivo**

*(c/módulo: 28hrs plataforma + 4 hrs. profesor a distancia)*

*\*Las clases a distancia con el profesor, **son opcionales** y **no son requisito** para la aprobación del diplomado.*

### PLATAFORMA DIGITAL:



### FECHAS:

CURSOS DEL DIPLOMA	FECHA DE INICIO	FECHA DE TÉRMINO	CLASE INAUGURAL	CLASES PRESENCIAL / VIRTUAL
<b>Gestión de Demanda, Indicadores de Gestión y Pricing</b>	25-08-21	21-09-21	28-08-21	25-09-21
<b>Introducción al Product Manager</b>	06-10-21	02-11-21	09-10-21	06-11-21
<b>Gestión Comercial y Modelos de Venta</b>	17-11-21	14-12-21	20-11-21	18-12-21
<b>Branding</b>	29-12-21	25-01-22	08-01-22	29-01-22
<b>ELECTIVO</b>		-	-	-

**Podrás homologar dos cursos Blearning (semipresencial) para realizar un diplomado en el mismo formato. La aprobación de la homologación debe ser revisada y aceptada por el comité académico de Unegocios y cumplir con los requisitos de ingreso. El quinto curso electivo también lo puede convalidar. Para optar a la homologación y un descuento asociado, debes comunicarte con el ejecutivo a cargo.**

### CONSULTAS:



#### **JOSÉ NAVARRETE**

Ejecutivo de Admisión y Matrícula

jnavarrete@unegocios.cl

+562 29781982 (Operativo a Teletrabajo)

Diagonal Paraguay 257, Torre 26, piso 9, Of. 903

Lunes a viernes de 9:30 a 18:00 hrs. (horario en Teletrabajo)



**unegocios.uchile.cl**

Síguenos a través de nuestras redes sociales

