



## Política del producto en un plan de marketing empresarial

---

**Sku:** CT2724

**Horas:** 17

**Formato:** HTML

## CONTENIDOS

### 1. Definición de la política de producto

### 2. Atributos y características de productos y servicios de la empresa

- 2.1. Clasificación de productos
- 2.2. Diferenciación de los productos

### 3. Concepto de gama y línea de productos

- 3.1. La cartera de productos

### 4. La teoría del ciclo de vida del producto (CVP) y su aplicación al marketing

- 4.1. Estrategias según el CVP
- 4.2. Servicios añadidos

### 5. Mapas de posicionamiento

- 5.1. Concepto de posicionamiento de producto
- 5.2. La elección de los ejes de posicionamiento

### 6 Matriz BCG y creación de nuevos productos

### 7. Análisis del envase y de la marca como elementos diferenciadores

- 7.1. Concepto y finalidad de las marcas
- 7.2. Tipología de las marcas
- 7.3. Estrategia de marca
- 7.4. Elementos fundamentales del envase

### 8. Elaboración de informes sobre producto