



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