

ADGD13 GESTOR DE PRODUCTO DIGITAL (ONLINE)



350,00 € - 425,00 €

Categorías: [Administración y Gestión](#), [Administración y Oficinas](#), [Certificados de Profesionalidad](#), [Certificados de Profesionalidad Online](#), [Cursos online](#) |

INFORMACIÓN

Duración	150 h
Modalidad	Online
Docencia	TUTOR PERSONAL
Prácticas	GESTIÓN DE PRÁCTICAS EN EMPRESAS
Método de pago	FINANCIACIÓN SIN INTERESES
Centro de empleo	AGENCIA DE COLOCACIÓN

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. IDEACIÓN DEL PRODUCTO

1. Asunción de las bases del Design Thinking.
2. Aproximación a las técnicas de investigación existentes.
3. Comprensión de la importancia de identificar y validar oportunidades para lanzar productos de éxito.
4. Conocimiento de las técnicas de creatividad más habituales; así como las técnicas de ideación y pensamiento creativo con más aplicación al mundo del negocio.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DESARROLLO DEL CONCEPTO DE PRODUCTO

1. Dominio de Product & Service Design.
2. Conocimiento de las técnicas de priorización.
3. Uso de las herramientas de Validation Board y Value Proposition Canvas.
4. Asimilación de las técnicas de desarrollo de concepto.
5. Profundización en los principios de UX.
6. Familiarización con el Lean Startup, el prototipado y la validación de hipótesis.
7. Construcción de un Producto Mínimo Viable (MVP).

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

1. Definición de un buen producto.
2. Asimilación de la importancia de pensar desde el punto de vista del usuario.
3. Dominio del ciclo de vida del producto digital.
4. Familiarización con el prototipado de personas, contenidos y diseño.
5. Asunción de la importancia del user testing continuo.
6. Optimización continua de producto.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN Y ESTRATEGIA DE PRODUCTOS

1. Comprensión del paso del product-market fit al product-growth.
2. Definición de la estrategia y dirección de productos.

3. Aproximación a la visión de Producto y OKRs.
4. Dominio de las técnicas y frameworks para la definición de una estrategia.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ROADMAPPING DE PRODUCTO

1. Conocimiento del proceso: De la visión al roadmap.
2. ¿Por qué la existencia de un producto?
3. ¿Cómo se alcanza la visión del producto?
4. ¿Qué necesidades se deben resolver?
5. Aplicación de técnicas de roadmapping.
6. Utilización de metodología Ágil para el desarrollo de proyectos iterativos.
7. Aplicación de técnicas de priorización.
8. Descubrimiento, identificación y validación de necesidades.
9. Diseño de hipótesis y validación.
10. Evaluación y priorización de funcionalidades.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. METODOLOGÍAS ÁGILES PARA LA GESTIÓN DE PRODUCTOS

1. Manejo de las metodologías ágiles: SCRUM y DevOps.
2. Conocimiento del proceso de desarrollo de producto en Agile.
3. Medición del rendimiento de SCRUM y DevOps mediante las métricas clave.
4. Conocimiento de los sprints de desarrollo en Agile.
5. Dominio de los fundamentos de Agile Tech Stack.
6. Aproximación al Lean Leadership.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ANALÍTICA DE PRODUCTO PARA LA METODOLOGÍA GROWTH HACKING

1. Aplicación de la Growth Hacking Methodology.
2. Comprensión de los fundamentos de la analítica de producto.
3. Usos de las herramientas de analítica.
4. Conocimiento de la experimentación rápida.
5. Familiarización con Lean Analytics, Google Analytics, AB Testing, ...
6. Comprensión de la analítica digital basada en el comportamiento.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ESTRATEGIAS GROWTH DE OPTIMIZACIÓN DE PRODUCTO

1. Optimización de las fases de estrategias Growth:
2. Activación.

3. Conversión.
4. Retención.
5. Fidelización.
6. Validación de Propuestas de valor, el Modelo de negocio, el onboarding y el UX.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. ESTRATEGIAS GROWTH DE ADQUISICIÓN DE PRODUCTO

1. Viralización mediante Growth Machines.
2. Fases.
3. Técnicas.
4. Cómo implementar Growth hacking en adquisición.
5. Prácticas no recomendables.
6. Estrategias más recomendadas.
7. Fundamentos de Marketing Automation.

UNIDAD DIDÁCTICA 10. HABILIDADES Y COMPETENCIAS DE GESTIÓN, PERSONALES Y SOCIALES, PARA EL ENTORNO DIGITAL

1. Impulso de habilidades digitales:
2. Liderazgo participativo.
3. Gestión del cambio.
4. Inteligencia emocional.
5. Storytelling.
6. Creación de marca personal.
7. Comunicación y negociación en entornos digitales.
8. Comprensión de las competencias necesarias para el nuevo entorno digital:
9. La influencia digital.
10. La colaboración en el entorno.
11. La integración de la diversidad.
12. La gestión emocional.
13. La agilidad en toma de decisiones.
14. La anticipación en contextos digitales.
15. La flexibilidad para la transformación.
16. La asunción de incertidumbre y riesgos.
17. La elaboración, gestión y difusión de contenidos.
18. Conocimiento de las herramientas imprescindibles para:
19. El trabajo colaborativo.
20. El trabajo en remoto.

21. La gestión de proyectos.
22. Automatización de flujos de trabajo.
23. Práctica en las claves del trabajo en equipo y de la productividad en remoto.
24. Fomento del liderazgo participativo y la gestión del cambio.
25. Dominio de la comunicación y la negociación en entornos digitales.
26. Práctica del modelo de competencias para el entorno digital.
27. Elaboración y gestión de la marca personal desde la importancia del storytelling.

