

COMM05 METODOLOGÍAS ÁGILES EN MARKETING PARA EL DISEÑO DE NUEVOS PRODUCTOS



250,00 € - 350,00 €

Con el curso COMM05 Metodologías Ágiles en Marketing para el Diseño de Nuevos Productos se ofrece al alumnado una especialidad formativa relacionada con la Familia Profesional del Comercio y Marketing. El curso COMM05 Metodologías Ágiles en Marketing para el Diseño de Nuevos Productos estará capacitado para utilizar las distintas herramientas y procedimientos del trabajo ágil, para poder tramitar aquellos productos y proyectos que tienen como objetivo solucionar los problemas de los clientes, siendo capaz para ello de aportar valor y flexibilidad a sus necesidades.

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

INFORMACIÓN

Duración	50 h
Modalidad	Online
Docencia	TUTOR PERSONAL
Prácticas	GESTIÓN DE PRÁCTICAS EN EMPRESAS
Método de pago	FINANCIACIÓN SIN INTERESES
Centro de empleo	AGENCIA DE COLOCACIÓN
Formación acreditada	CENTRO ACREDITADO POR EL SEPE

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARCO CONCEPTUAL DE LOS MODELOS LEAN Y AGILE Y LA METODOLOGÍA OKR

1. Aproximación al enfoque agilista
2. - Origen del agilismo
3. - Adopción de un enfoque agile. Motivos y ventajas
4. - Principios del Manifiesto Ágil.
5. - Valores del Manifiesto Ágil
6. Reconocimiento del modelo Lean como base de la mejora continua y la búsqueda de la eficiencia de cara al desarrollo de nuevos productos.
7. - Orígenes de Lean y el concepto de Kaizen.
8. - Conceptos principales del modelo Lean
9. - Valores de Lean. Optimización de productos
10. Implementación del sistema OKR como un nuevo modelo de gestión
11. - Elementos de la metodología OKR
12. - Beneficios de la aplicación de esta metodología.
13. - Diseño del proceso de implementación de la metodología OKR para el trabajo de diseño de un nuevo producto.
14. - Aplicación del proceso de seguimiento, evaluación y rediseño de los OKR en un proceso iterativo y de mejora continua.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. METODOLOGÍA DESIGN THINKING

1. Introducción al diseño de nuevos productos centrado en las personas.
2. - Tipología del consumidor y su comportamiento
3. - El proceso iterativo como base para el diseño, validación y mejora de los nuevos productos.
4. Aplicación de la metodología Design Thinking
5. - Elementos principales que conforman la metodología de Design Thinking
6. - Fases de la metodología: entender, explorar y materializar.
7. - Aplicación en el diseño de nuevos productos.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE PROYECTOS CON METODOLOGÍAS SCRUM Y KANBAN

1. Caracterización del marco de trabajo ágil Scrum
2. - Principios, propósitos y actitudes
3. - Marco de trabajo de Scrum: roles, artefactos y eventos
4. - Uso y aplicaciones.
5. Aplicación de los fundamentos de la metodología ágil Kanban:
6. - Valores sobre los que se sustenta la metodología Kanban.
7. - Las seis prácticas de Kanban.
8. - Implementación de la metodología. El Tablero y las Tarjetas Kanban