



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO**

Guía del Curso

ADGD13 GESTOR DE PRODUCTO DIGITAL

Modalidad de realización del curso: [A distancia y Online](#)

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

OBJETIVOS

Este Curso ADGD13 GESTOR DE PRODUCTO DIGITAL le ofrece una formación especializada en la materia dentro de la Familia Profesional de Administración y gestión. Con este CURSO ADGD13 GESTOR DE PRODUCTO DIGITAL el alumno será capaz de Gestionar productos digitales, responsabilizándose de la visión estratégica del producto: idear, prototipar, validar soluciones innovadoras y evolucionar para conseguir el éxito del producto según los objetivos de negocio marcados, descubriendo problemas y necesidades que permitan identificar oportunidades de innovación.

CONTENIDOS

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, etc...
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



C/ San Lorenzo 2 - 2
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476
Fax: 951 987 941



www.academiaintegral.com.es
E-mail: info@academiaintegral.com.es