

Curso virtual - sincrónico

Product Management con IA: de la idea al éxito

Curso impartido por la Escuela de Administración de Tecnologías de Información del TEC.

Objetivo

Capacitar a futuros gerentes de productos en técnicas específicas de análisis de mercado, estrategias de lanzamiento y métodos ágiles de desarrollo, liderando el ciclo de vida de productos con inteligencia artificial desde la concepción hasta el retiro del mercado, garantizando innovación, satisfacción del cliente y alineación con los objetivos.

Descripción

Este curso desarrolla habilidades prácticas y conceptuales para una sólida visión, estrategia y gestión de productos, fomentando una mentalidad centrada en los usuarios. Aborda el ciclo de vida del producto (PML) y aspectos como la segmentación del mercado, la comunicación del valor y el lanzamiento al mercado, guiando desde la concepción de una idea hasta el éxito mediante técnicas de creación y estrategias de escalamiento.

Además, analiza la economía de los productos y la justificación del valor en diferentes etapas, con un enfoque centrado en el cliente y basado en datos para captar retroalimentación. También se exploran tendencias como la utilización de la inteligencia artificial y el crecimiento liderado por el producto (PLG) y las evaluaciones necesarias para decidir sobre el avance, congelamiento o retirada del producto del mercado.

Profesor

Por definir

Certificado de aprobación

Emitido por el Instituto Tecnológico de Costa Rica

con nota mayor a 80 en la evaluación integral y una asistencia efectiva de más del 80%. (Entrega: dos semanas después de terminado.)



Duración

9 sesiones de 3 horas cada una, para un total de 27 horas lectivas.

Metodología de la enseñanza

Aprender-Haciendo: Se abordarán clases magistrales como introducción a las actividades que se desarrollan en cada sesión.

Material didáctico

Se entregará material didáctico desarrollado por el profesional que brinda la capacitación.

Perfil de ingreso

Profesionales con actitud proactiva y conocimientos intermedios en un área como las siguientes o similares: negocios, gestión de proyectos, ingeniería de software, emprendimientos, diseño de experiencia del usuario o interfaces, gerencias intermedias, finanzas, mercadeo u operaciones.

Requisitos de ingreso

Conocimientos básicos en aplicaciones de computación y Zoom.

CONTENIDO DEL CURSO**1. Introducción a la Gestión de productos**

- Definición de roles y responsabilidades del gerente de productos.
- Comprensión del ciclo de vida del producto.
- Principios del gerente de productos.
- Definición del problema a solucionar.

2. Investigación de mercado y validación con IA

- Análisis de mercado y evaluación de oportunidades.
- Análisis de productos competidores.
- Validación de ideas y prototipos.
- Justificación de la inversión.

3. Desarrollo de la visión del producto

- Creación de una visión clara y convincente para el producto.
- Posicionamiento de la visión como retadora y alcanzable.
- Definición de objetivos y métricas clave con referencias de competidores usando IA.

4. Planificación estratégica del producto

- Plan de desarrollo de productos y estrategia de comunicación.
- Definición de MVP y MLP.
- Estimaciones económicas para generar valor.
- Priorización de características y recursos.

5. Diseño y desarrollo del producto

- Diseño de prototipos con IA y especificaciones.
- Roadmapping con IA.
- Colaboración con equipos de diseño y desarrollo.
- Gerente de producto como gerente de proyectos.
- Enfoque en acciones de alto impacto y valor.

6. Pruebas y ajustes

- Pruebas A/B, beta, alfa y recopilación de retroalimentación cuantitativa y cualitativa de usuarios.
- Formulación de guías para avanzar en los segmentos de pruebas.
- Entrevistas con clientes y patrocinadores.
- Iteración y mejora continua.

7. Estrategias de lanzamiento

- Planificación de lanzamiento.
- Etapas de lanzamiento.
- Programas de vista previa PrPr y PuPr.
- Definición del lanzamiento exitoso y fallido.
- Medición de resultados y ajustes.
- Crecimiento mediante el producto.

8. Precio y empaquetamiento (Pricing & Packaging)

- Modelos de oferta al mercado.
- Promociones, incentivos de compra y segregación de funcionalidades.
- Estimaciones financieras.

9. Evaluación de crecimiento o retiro del producto

- Evaluación del rendimiento del producto: adopción y finanzas.
- Decisiones sobre el retiro o mantenimiento sin inversiones futuras.
- Iteración de mejora continua del producto y evolución de integraciones con otros productos según retroalimentación y visión actualizada.

Cantidad de estudiantes

Máximo: 18. Mínimo: 15.*

*requerido para impartir el curso.

Inversión

200 000\$ + 2% I.V.A.**

**Posterior a la 2.ª clase no se realiza reintegro de matrícula.

Evaluación propuesta

25% teórico, 60% práctico y 15% discusión.

Periodo lectivo

Por definir.

Horario

Por definir de 6:00 a 9:00pm