
Formulario de aprobación de curso de posgrado/educación permanente

Asignatura: Gestión de Productos tecnológicos.

(Si el nombre contiene siglas deberán ser aclaradas)

Modalidad:

(posgrado, educación permanente o ambas)

Posgrado

Educación permanente

Profesor de la asignatura ¹: Magíster Ing. Daniel Giosa, posgraduado en Marketing

Profesor Responsable Local ¹: I.Q. Roberto Kreimerman, grado 4, Departamento de Inserción Social del Ingeniero / Instituto de Ingeniería Química

Otros docentes de la Facultad:

Docentes fuera de Facultad:

Programa(s) de posgrado: Posgrado en Gestión de Tecnologías e Innovación

Instituto o unidad: Departamento de Inserción Social del Ingeniero / SCAPA Gestión de Tecnologías

Departamento o área:

Horas Presenciales: 24

Nº de Créditos: 4

Público objetivo:

Está dirigido a personas que provengan de distintas formaciones y áreas de conocimiento. El curso les aportará una visión integral del producto desde la perspectiva del negocio, la creación, comercialización y evolución en el ciclo de vida. El curso le permitirá introducir y expandir los conceptos de gestión de producto, aplicarlos de manera práctica y comenzar o potenciar su carrera entorno al gerenciamiento de productos.

Cupos: mínimo 8, máximo 35

Objetivos:

El curso presenta la Gestión de Productos Tecnológicos como un proceso ordenado que permite desarrollar un negocio entorno a un producto en el mercado. Tomando como referencia el Modelo del Ciclo de Vida de Gestión del Producto, se abordarán todas las etapas necesarias para gestionar: la estrategia del negocio del producto, concebir y validar, desarrollar, lanzar al mercado, comercializar y evolucionar el producto. La metodología propone una serie de etapas que llevan desde una "idea" hasta el producto en el mercado y sus respectivos puntos de evaluación, que permiten decidir la conveniencia de continuar avanzando o no.

Se abordarán específicamente productos tecnológicos o con fuertes componentes de tecnología.

El curso tiene un enfoque práctico de manera que los conocimientos puedan ser aplicados tanto en organizaciones que buscan innovar entorno a productos (startups), como en empresas consolidadas que quieren mejorar la gestión de sus productos individuales y manejar su portfolio de productos.

Conocimientos previos exigidos: El curso es autocontenido y no requiere conocimientos previos exigidos.

Conocimientos previos recomendados: No tiene

Metodología de enseñanza:

Descripción de la metodología:

Las clases se componen de módulos teóricos donde se imparten conceptos, metodologías y casos. También, tienen componentes prácticos donde se aplican los conocimientos teóricos en ejercicios de casos tecnológicos.

Se brindan materiales de estudios complementarios para trabajar fuera de clase.

Detalle de horas:

- Horas de clase (teórico): 16
- Horas de clase (práctico): 8
- Horas de clase (laboratorio):
- Horas de consulta:
- Horas de evaluación:
 - Subtotal de horas presenciales: 24
- Horas de estudio: 16
- Horas de resolución de ejercicios/prácticos:
- Horas proyecto final/monografía: 20
 - Total de horas de dedicación del estudiante: 60

Forma de evaluación:

Trabajo monografía donde el estudiante debe aplicar el marco de trabajo y las herramientas a un producto (que podrá proponer el estudiante) y llevarlo al mercado.

Temario:

- 1- Introducción a la Gestión de Producto.
- 2- Marco de trabajo del Modelo de Ciclo de Vida de Gestión del Producto.
- 3- Entorno de Mercado y estrategia de negocio del producto.
- 4- Planificación del producto (concepto, factibilidad y definición).
- 5- Desarrollo y lanzamiento.
- 6- Evolución.

Bibliografía:

Product Manager's Desk Reference. Second edition. Steven Haines. Mc Graw Hill. ISBN 978-0-07-182581-8. 2014.



Facultad de Ingeniería Comisión Académica de Posgrado

Product Development and Management Body of Knowledge. Second edition. Allan M. Anderson, Teresa Jurgens-Kowal. Product Development and Management Association. ISBN 0578713713. 2020.

Successful Product Management. Tool Box for the Professional Product Management and Product Marketing. Klaus J. Aumayr. 5ta edición. Springer Gabler. ISBN 978-3-658-38275-9. 2019.

Management of Innovation and Product Development. Integrating Business and Technological Perspectives. Marco Cantamessa, Francesca Montagna. Springer. ISBN 978-1-4471-6722-8. 2023.

Hypothesis-Driven Development: A Guide to Smarter Product Management. Alex Cowan. 2nd ed. Cooke & McDouglas. ISBN 979-8987873304. 2023.

Administración del producto. Cuarta edición. Donald Lehemann, Russell Winer. Mc Graw Hill. ISBN: 978-970-10-6248-7

Marketing Management. Kotler, P. and Keller, K. 15th ed. Pearson. ISBN: 978-0132102926. 2015



Facultad de Ingeniería Comisión Académica de Posgrado

Datos del curso

Fecha de inicio y finalización: 2/10/2024 al 20/11/2024

Horario y Salón: Miércoles 18:00 a 21:00 hs, curso semipresencial

Arancel: 3.887 UI

Arancel para estudiantes inscriptos en la modalidad posgrado: 3.887 UI. Contempla otorgar beca

Arancel para estudiantes inscriptos en la modalidad educación permanente: 3.887 UI.

Contempla otorgar beca
