

Denominación de la Acción Formativa:

DESARROLLO DE PRODUCTOS Y ELEMENTOS DE MERCADEO

Propósito: Aplicar criterios, normas y procedimientos para la selección de empaques para productos alimentarios, considerando sus principales características, funciones y evaluación de los mismos.

Dirigido a: Personal técnicos responsables de evaluar la calidad de los productos.

Contenido programático:

- Los conceptos de productos y su vida comercial: Los conceptos de productos y de novedad de un producto.
- El ciclo de vida comercial de un producto y su estimación.
- La necesidad de nuevos productos: Las necesidades, expectativas y circunstancias de los consumidores y de la industria.
- La política de desarrollo de nuevos productos.
- Estrategias para aprovechar el potencial de la empresa y de su mercado.
- Estrategias de diversificación.
- Objetivo de la política de desarrollo.
- Decisiones sobre marca y el empaque.
- Metodología para la creación, lanzamiento y mantenimiento de nuevos productos. Test de conceptos.
- Actividades inherentes al desarrollo de productos: desarrollo del concepto, evaluación de prototipos, estudios legales, pruebas de productos.
- Características del lanzamiento, pruebas de mercado, controles durante la vida comercial. Seguridad en el trabajo y prevención de accidentes.
- Comercialización y promoción. Marketing en acción.

Duración:
8 horas