


# POLÍTICA DEL PRODUCTO EN UN PLAN DE MARKETING EMPRESARIAL

**SKU:** CT2724

## DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

1. Definición de la política de producto
2. Atributos y características de productos y servicios de la empresa
2.1. Clasificación de productos
2.2. Diferenciación de los productos
3. Concepto de gama y línea de productos
3.1. La cartera de productos
4. La teoría del ciclo de vida del producto (CVP) y su aplicación al marketing
4.1. Estrategias según el CVP
4.2. Servicios añadidos
5. Mapas de posicionamiento
5.1. Concepto de posicionamiento de producto
5.2. La elección de los ejes de posicionamiento 6 Matriz BCG y creación de nuevos productos
7. Análisis del envase y de la marca como elementos diferenciadores
7.1. Concepto y finalidad de las marcas
7.2. Tipología de las marcas
7.3. Estrategia de marca
7.4. Elementos fundamentales del envase
8. Elaboración de informes sobre producto