



Desarrollo de Nuevos Productos

Objetivos:

- *Conocer las etapas que llevan al desarrollo de nuevos productos y la importancia de cada una de ellas*

Dirigido a:

Profesionistas que se desarrollen en la Industria de Alimentos (calidad, investigación, desarrollo y áreas afines), estudiantes de Ingeniería Química, Química de Alimentos, Ingeniería Bioquímica, Gastronomía y Carreras afines.

Duración:

10 hrs

TEMARIO:

- 1. El entorno empresarial para el desarrollo de productos**
 - 1.1 Las tres variables críticas : volumen, rentabilidad, participación de mercado
 - 1.2 Empresas a nivel mundial y las variables críticas
 - 1.3 Estrategias de crecimiento El caso Philip Morris
 - 1.4 El desarrollo de productos y su entorno en la empresa
- 2. Variables financieras**
 - 2.1 Objetivos
 - 2.2 Objetivos corporativos/Planeación estratégica
 - 2.3 Presupuestos
 - 2.4 El estado de resultados o P&L
 - 2.5 Otras variables importantes
- 3. El ciclo de desarrollo de productos**
 - 3.1 Perspectiva del Ciclo de Desarrollo de Productos
 - 3.2 Generación de ideas
 - 3.3 El posicionamiento y su importancia en el proceso de desarrollo
 - 3.4 Conceptualización y Desarrollo de prototipos
 - 3.5 Proceso de optimización y pruebas con consumidor
 - 3.6 Escalamiento/Pruebas piloto
 - 3.7 Lanzamiento/Factores críticos
 - 3.8 Interacción con otras áreas
- 4. Casos reales de lanzamientos exitosos y de fracasos en el mercado/análisis**
 - 4.1 El caso Clight
 - 4.2 El caso Philadelphia
 - 4.3 El caso Hibridización y sus consecuencias
 - 4.4 Otros casos