



## FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

### 1. Datos

**Materia:** INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO  
**Código:** FAD0036  
**Paralelo:** G  
**Periodo :** Marzo-2020 a Agosto-2020  
**Profesor:** CALLE CALLE JAIME MARCELO  
**Correo electrónico:** marcalle@uazuay.edu.ec  
**Prerrequisitos:**

**Nivel:** 6

**Distribución de horas.**

Docencia	Práctico	Autónomo: 0		Total horas	Créditos
		Sistemas de tutorías	Autónomo		
4				4	4

Código: FAD0032 Materia: FUNDAMENTOS DE MARKETING PARA ADM

### 2. Descripción y objetivos de la materia

Investigación y Desarrollo es una asignatura direccionada a la generación de conocimientos o métodos dirigidos al sector productivo de bienes y servicios, ya sea con el fin de mejorarlo y hacerlo más eficiente, o con el fin de obtener productos nuevos y competitivos en dicho sector. La importancia de la asignatura radica en que la Investigación y Desarrollo es una de las áreas fundamentales de las empresas, ya que constante se establecen proyectos tecnológicos en desarrollo, como son trabajos de investigación, validación y pruebas de campo. La misma permitirá a los estudiantes conocer y aplicar la secuencia para la investigación y desarrollo (I+D+I) de nuevos productos, que podrán ser aplicados en su futuro profesional tanto en empresas como emprendimientos personales.

Investigación y Desarrollo es una asignatura que refleja el dinamismo de un empresa, y que esta soportado por una metodología que ayudara a los estudiantes a generar ideas y acciones creativas e innovadoras, a tomar riesgos y romper paradigmas en diferentes áreas. El propósito es preparar a los estudiantes para un desempeño acorde a las condiciones actuales y proveer de las herramientas para la actualización permanente con una visión a futuro, para crear empresas innovadoras con talento humano, diversidad en la cartera de productos, y potenciando capacidades que permitan alcanzar altos niveles de productividad.

Entender la importancia de la investigación y desarrollo en la gestión empresarial y los procesos de creatividad como herramienta fundamental del administrador para conducir a su empresa a través del ambiente altamente competitivo en el que tiene que desenvolverse. Sentar bases sólidas para potenciar su talento creativo de modo que puedan generar ideas útiles para cualquier función del sistema empresa Adquirir el hábito de generar ideas para innovar productos y mejorar procesos en el ambiente en que se desenvuelve normalmente.

La asignatura de Investigación y Desarrollo, comprende un análisis del entorno, de la organización y de los procesos que inician con una revisión de conceptos relevantes al lenguaje de los negocios y actividades que permitan al estudiante desarrollar su creatividad y desenvolverse en una situación empresarial real. Se complementa la formación el desarrollo de un proyecto, para que a través de directrices, el estudiante logre la inserción de ideas de negocios a un ambiente emprendedor, contribuyendo al desarrollo social y económico del país.

En el programa vigente de Administración de Empresas, la asignatura de Investigación y Desarrollo pertenece al área de producción, por tanto se relaciona y complementa con conocimientos de las materiales de Investigación Operativa, Administración de la Producción, Administración de Proyectos, Planeación Estratégica y Marketing.

La materia se articula con el Emprendimiento de manera directa, e indirectamente con la Formulación de Proyectos.

### 3. Contenidos

<b>1</b>	<b>El Sistema Empresa</b>
1.1	Concepto, Objetivos y Componentes (1 horas)
1.2	El Rol de la Funcion Administrativa (1 horas)
1.3	Que es Investigacion y Desarrollo (1 horas)
1.4	El Control Total de la Calidad (1 horas)
1.5	Responsabilidad Social Empresarial (1 horas)
<b>2</b>	<b>Introduccion al Sistema de Investigacion y Desarrollo</b>
2.1	Definicion de Investigacion y Desarrollo (1 horas)
2.2	Actividades que engloba el Sistema de Investigacion y Desarrollo (1 horas)
2.3	La Innovacion y el Liderazgo (1 horas)
2.4	La I&D y la Innovacion Tecnologica (1 horas)
2.5	El Rol de las Ideas y el Mejoramiento del Pensamiento Creativo (1 horas)
2.6	El Proceso Creativo: Pasos para ser Innovador (1 horas)
2.7	Innovacion de Productos y Servicios (1 horas)
<b>3</b>	<b>Desarrollo de Nuevas Ofertas para el Mercado</b>
3.1	La Empresa y el Lanzamiento de Nuevos Productos y Servicios (2 horas)
3.2	Factores que impiden el desarrollo de Nuevos Productos y Servicios (1 horas)
3.3	Factores que caracterizan el éxito de Nuevos Productos y Servicios (2 horas)
3.4	Estructura organizativa para el Desarrollo de nuevos productos. (2 horas)
3.5	Visión Global del proceso de Desarrollo de Nuevos Productos. (8 horas)
3.6	Pasos en el Desarrollo de un Nuevo Producto (2 horas)
<b>4</b>	<b>Las Ideas y el Desarrollo de Conceptos</b>
4.1	El Tamizado de Ideas y su selección (1 horas)
4.2	El Concepto del Nuevo Producto. (2 horas)
4.3	La investigación de mercados como herramienta de los Uevos Conceptos (2 horas)
<b>5</b>	<b>Proceso de Desarrollo de Nuevos Productos</b>
5.1	Proceso a partir de la Línea del Producto (10 horas)
5.2	Proceso a partir del Mercadeo (10 horas)
5.3	El Lanzamiento del nuevo producto (10 horas)

#### 4. Sistema de Evaluación

##### Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

###### Resultado de aprendizaje de la materia

###### ae. Desarrollar liderazgo en la empresa

-Desempeñarse como un profesional íntegro que practica un liderazgo compartido y es responsable de su actuar

###### Evidencias

-Evaluación escrita  
-Proyectos

###### aq. Evaluar y administrar proyectos empresariales

-Identificar oportunidades en el mercado para desarrollar nuevos negocios, fomentado así una actitud de emprendimiento

-Evaluación escrita  
-Proyectos

###### ax. Creación de planes de atención y servicio al cliente

-Diseñar productos/servicios en función de su talento e ingenio. Aplicar modelos de análisis de problemas y mejora de procesos. Analizar la cadena de valor y tomar acciones correctivas para su mejora. Aplicar herramientas para generar ideas creativas e innovadoras.

-Evaluación escrita  
-Proyectos

##### Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Evaluación de conocimientos de conceptos	El Sistema Empresa, Introducción al Sistema de Investigación y Desarrollo	APORTE	7	Semana: 5 (29/04/20 al 04/05/20)
Proyectos	Diseño de proyecto	El Sistema Empresa, Introducción al Sistema de Investigación y Desarrollo	APORTE	3	Semana: 5 (29/04/20 al 04/05/20)

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Conocimientos y su aplicación	Desarrollo de Nuevas Ofertas para el Mercado, Las Ideas y el Desarrollo de Conceptos	APORTE	7	Semana: 10 (03/06/20 al 08/06/20)
Proyectos	Avances de proyecto	Desarrollo de Nuevas Ofertas para el Mercado, Las Ideas y el Desarrollo de Conceptos	APORTE	3	Semana: 10 (03/06/20 al 08/06/20)
Proyectos	Proyecto realizado	Desarrollo de Nuevas Ofertas para el Mercado, El Sistema Empresa, Introducción al Sistema de Investigación y Desarrollo, Las Ideas y el Desarrollo de Conceptos, Proceso de Desarrollo de Nuevos Productos	APORTE	7	Semana: 15 (08/07/20 al 13/07/20)
Evaluación escrita	conocimientos de informes del proyecto	Las Ideas y el Desarrollo de Conceptos, Proceso de Desarrollo de Nuevos Productos	APORTE	3	Semana: 15 (08/07/20 al 13/07/20)
Evaluación escrita	Conocimientos de la materia de I + D	Desarrollo de Nuevas Ofertas para el Mercado, El Sistema Empresa, Introducción al Sistema de Investigación y Desarrollo, Las Ideas y el Desarrollo de Conceptos, Proceso de Desarrollo de Nuevos Productos	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (21-07-2020 al 03-08-2020)
Evaluación escrita	Dominio de la materia en I + D	Desarrollo de Nuevas Ofertas para el Mercado, El Sistema Empresa, Introducción al Sistema de Investigación y Desarrollo, Las Ideas y el Desarrollo de Conceptos, Proceso de Desarrollo de Nuevos Productos	SUPLETORIO	20	Semana: 20 ( al )

## Metodología

Se enviarán a los estudiantes trabajos que deberán realizar en las horas fuera de clase, tales como investigaciones de mercado, análisis de datos, ejercicios de estimación de tamaños de mercado, y trabajos finales.

Se impartirán clases magistrales, se compartirá material del tema, se tomarán lecciones sobre las clases previas y se motivará al estudiante a una participación activa. Se realizarán pruebas escritas y un examen final.

## Criterios de Evaluación

En todos los trabajos escritos se evaluará la ortografía, redacción, la coherencia en la presentación de ideas y la ausencia de copia textual. En la exposición oral se evaluará el cumplimiento de las normas de un buen expositor, la fluidez en la exposición y el manejo adecuado de la audiencia.

Las pruebas y exámenes tendrán preguntas de razonamiento, lógicas relacionadas al tema o capítulos y la resolución de ejercicios.

## 5. Referencias

### Bibliografía base

#### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
KARL T ULRICH, AUTOR ; STEVEN D EPPINGER, AUTOR	McGraw Hill	DISEÑO Y DESARROLLO DE PRODUCTOS	2013	978-6-07-150944-4
Alejandro Schnarch Kirberg	McGraw-Hill	Desarrollo de nuevos productos : creatividad, innovación y marketing	2014	978-958-410-432-8
Richard Morris	Parramón	Fundamentos del diseño de productos	2009	978-84-352-3557-1

#### Web

#### Software

### Bibliografía de apoyo

#### Libros

## Web

Autor	Título	Url
triplehelix	Triplehelix Association	<a href="https://www.triplehelixassociation.org/">https://www.triplehelixassociation.org/</a>
Parques Científicos y	Parques Científicos y Tecnológicos	<a href="https://www.ecured.cu/Parques_Cient%C3%ADficos_y_Tecnol%C3%B3gicos">https://www.ecured.cu/Parques_Cient%C3%ADficos_y_Tecnol%C3%B3gicos</a>

## Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **10/03/2020**

Estado: **Aprobado**