



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

1. Datos

Materia: INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO
Código: FAD0036
Paralelo: A
Periodo : Septiembre-2017 a Febrero-2018
Profesor: VERA REINO JOSE LEONARDO
Correo electrónico: jvera@uazuay.edu.ec
Prerrequisitos:

Código: FAD0032 Materia: FUNDAMENTOS DE MARKETING PARA ADM

Nivel: 6

Distribución de horas.

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

2. Descripción y objetivos de la materia

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. 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.

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.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1	El Sistema Empresa
1	Creatividad
1.1	Saber mirar y saber ver (1 horas)
1.1	Concepto, Objetivos y Componentes (1 horas)
1.2	Hacer que su pensamiento se haga visible (1 horas)
1.2	El Rol de la Funcion Administrativa (1 horas)
1.3	Pensar con fluidez (1 horas)

1.3	Que es Investigacion y Desarrollo (1 horas)
1.4	Hacer combinaciones nuevas (1 horas)
1.4	El Control Total de la Calidad (1 horas)
1.5	La manera de conectar lo que no está conectado (1 horas)
1.5	Responsabilidad Social Empresarial (1 horas)
1.6	La manera de contemplar la otra cara o el otro lado (1 horas)
1.7	La manera de encontrar lo que usted no está buscando (1 horas)
1.8	Como despertar el espíritu de cooperación (1 horas)
1.9	La creatividad personal (1 horas)
2	Mapas mentales
2	Introduccion al Sistema de Investigacion y Desarrollo
2.1	Los mapas mentales (1 horas)
2.1	Definicion de Investigacion y Desarrollo (1 horas)
2.2	Actividades que engloba el Sistema de Investigacion y Desarrollo (1 horas)
2.2	El pensamiento irradiante (1 horas)
2.3	La Innovacion y el Liderazgo (1 horas)
2.3	El método de los mapas mentales (1 horas)
2.4	Leyes y recomendaciones de la cartografía mental (1 horas)
2.4	La I&D y la Innovacion Tecnologica (1 horas)
2.5	Mind map y su aplicación (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)
2.6	Definición de proyecto (1 horas)
2.7	Innovacion de Productos y Servicios (1 horas)
3	Investigación y Desarrollo
3	Desarrollo de Nuevas Ofertas para el Mercado
3.1	Introducción (1 horas)
3.1	La Empresa y el Lanzamiento de Nuevos Productos y Servicios (2 horas)
3.2	Proceso de desarrollo de nuevos productos (2 horas)
3.2	Factores que impiden el desarrollo de Nuevos Productos y Servicios (1 horas)
3.2.1	Etapas de desarrollo de nuevos productos (1 horas)
3.2.2	Orígenes de la Innovación (1 horas)
3.2.3	Relación entre las alternativas de diseño (1 horas)
3.2.4	Tipos de desarrollo de nuevos producto (1 horas)
3.3	Factores que caracterizan el éxito de Nuevos Productos y Servicios (2 horas)
3.3	Enfoque secuencial versus Enfoque Simultaneo (1 horas)
3.4	Problemática del Enfoque Simultaneo (1 horas)
3.4	Estructura organizativa para el Desarrollo de nuevos productos. (2 horas)
3.4.1	Diferencias entre Investigación y Desarrollo, Marketing y Operaciones (2 horas)
3.5	Importancia del desarrollo de nuevos productos (1 horas)
3.5	Visión Global del proceso de Desarrollo de Nuevos Productos. (8 horas)
3.5.1	Riesgo del desarrollo de nuevos productos (1 horas)
3.6	Pasos en el Desarrollo de un Nuevo Producto (2 horas)
3.6	Generación de ideas (1 horas)
3.7	Filtrado de ideas (1 horas)
3.8	Proceso de calificación (1 horas)
3.9	Desarrollo y prueba de concepto (1 horas)
3.10	Estrategia de mercado (1 horas)

3.11	Análisis financiero (1 horas)
3.12	Desarrollo del producto (2 horas)
3.13	Pruebas de mercado (2 horas)
3.14	Comercialización (1 horas)
3.15	Estrategias del ciclo de vida del producto (2 horas)
4	Diseño y desarrollo de productos
4	Las Ideas y el Desarrollo de Conceptos
4.1	Introducción (1 horas)
4.1	El Tamizado de Ideas y su selección (1 horas)
4.2	El Concepto del Nuevo Producto. (2 horas)
4.2	Fundamentos (1 horas)
4.3	La investigación de mercados como herramienta de los Uevos Conceptos (2 horas)
4.3	El producto (1 horas)
4.3.1	Clasificación de los productos (1 horas)
4.3.2	El proceso de desarrollo y diseño de nuevos productos: Enfoque Mercadotécnico (2 horas)
4.3.3	El proceso de desarrollo y diseño de nuevos productos: Enfoque Tecnológico (2 horas)
4.3.4	Tolerancias, Normas y Estándares. (1 horas)
4.3.5	Escalamiento a nivel piloto (1 horas)
4.4	Indicadores (0 horas)
4.5	Inversión en Investigación y Desarrollo (1 horas)
4.6	Patentes (2 horas)
4.7	Calificación de los recursos humanos (2 horas)
4.8	Uso de las Tecnologías de Información. (1 horas)
4.9	Algunos Indicadores (2 horas)
4.10	La investigación y desarrollo en el diseño y especificación de productos (0 horas)
4.11	Que es un plan maestro de producción. (1 horas)
4.12	Que es una lista de materiales o Bill of materials (1 horas)
4.13	Ejercicios prácticos de elaboración de una estructura de materiales (3 horas)
5	Proceso de Desarrollo de Nuevos Productos
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)

5. 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
-Investigaciones
-Proyectos
-Trabajos prácticos - productos

aq. Evaluar y administrar proyectos empresariales

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

-Evaluación escrita
-Investigaciones
-Proyectos
-Trabajos prácticos - productos

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
-Investigaciones
-Proyectos
-Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Evaluación de capítulos 1 y 2	El Sistema Empresa, Introducción al Sistema de Investigación y Desarrollo	APOORTE 1	10	Semana: 6 (30/10/17 al 01/11/17)
Investigaciones	Evaluación capítulos 3 y 4	Desarrollo de Nuevas Ofertas para el Mercado, Las Ideas y el Desarrollo de Conceptos	APOORTE 2	10	Semana: 11 (04/12/17 al 09/12/17)
Trabajos prácticos - productos	Trabajo práctico grupal con componente individual	Las Ideas y el Desarrollo de Conceptos, Proceso de Desarrollo de Nuevos Productos	APOORTE 3	10	Semana: 16 (08/01/18 al 13/01/18)
Proyectos	Proyecto final grupal con componente individual	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 (14-01-2018 al 27-01-2018)
Evaluación escrita	Examen escrito de todo el contenido	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: 19-20 (28-01-2018 al 03-02-2018)

Metodología

En todos los trabajos escritos (ensayos, avances de proyectos, el proyecto definitivo y las presentaciones en Power Point) se evaluará la ortografía, la redacción, la coherencia en la presentación de las ideas y la ausencia de copia textual.

Los ensayos consistirán de una introducción en donde se describa la problemática objeto de estudio, el desarrollo y discusión del tema, y una conclusión que dé cuenta de las reflexiones alcanzadas por el estudiante. Debe existir una revisión bibliográfica que muestre la actualidad y pertinencia de lo tratado. Los ensayos serán individuales.

Tanto en el proyecto que se realizará como en la exposición oral, se evaluará la secuencia lógica de las secciones requeridas, la pertinencia del contenido y la construcción adecuada de la información por sección, el buen uso de las normas de redacción científica y de los requerimientos de publicación.

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. En la presentación en Power Point se evaluará el buen uso de las normas de preparación de las diapositivas.

Tanto en las pruebas como en el examen final se evaluará el conocimiento teórico del estudiante según la adecuada argumentación a preguntas de razonamiento.

Criterios de Evaluación

Los criterios de evaluación considerados serán:

El Resultado numérico final.

El fundamento teórico conceptual

Análisis técnico fundamentado en conceptos teóricos La creatividad

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
BACA URBINA, GABRIEL	Mc Graw Hill	EVALUACIÓN DE PROYECTOS	2010	NO INDICA

Web

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

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

Web

Autor	Título	Url
David Horth, Center for	Liderazgo en Materia de Innovación	www.ccl.org/wp-content/uploads/2017/06/Innovation-Leadership-Castilian-Spanish.pdf
Eulàlia Fuentes Pujol,	I+D+I: UNA PERSPECTIVA DOCUMENTAL	http://revistas.um.es/analesdoc/article/view/24801

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **12/09/2017**

Estado: **Aprobado**