UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
ESCUELA DE MARKETING

1. Datos

Materia: INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS
Código: MTC0014
Paralelo: A
Periodo : Septiembre-2021 a Febrero-2022
Profesor: UGALDE VÁSQUEZ ANDRÉS FRANCISCO
Correo electrónico: augalde@uazuay.edu.ec

Nivel: 5

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 96		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
64	0	16	80	160

Prerrequisitos:

Código: MTC0006 Materia: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II
Código: UID0400 Materia: INTERMEDIATE 2

2. Descripción y objetivos de la materia

La materia busca proporcionar al estudiante, las herramientas administrativas y de gestión actuales capaces de proveer de un insumo de conocimientos plenos, a fin de poder establecer procesos de desarrollo e innovación de bienes y servicios ofertados por cualquier entidad en particular.
Al finalizar el curso el estudiante estará en capacidad de:

- Aplicar las técnicas para la generación de ideas.
- Determinar el potencial de mercado de un nuevo producto.
- Investigar los mercados de nuevos productos.
- Evaluar ideas de nuevos productos y servicios.
- Diseñar un nuevo producto y/o servicio.

La materia de Diseño de Productos se articula dentro del sistema de competencias profesionales que se requieren para: la gestión del marketing y la gerencia de producto, en sinergia con otras materias como investigación de mercados, modelos de marketing, plan de mercadeo, política de fijación de precios, marketing industrial, canales de comercialización, dirección comercial, mercadeo internacional, auditoria de marketing, comunicación de marketing y gestión de portafolio de productos.
Diseño de nuevos productos es importante por su contribución en el desarrollo de competencias del estudiante para la búsqueda de nuevas oportunidades de negocios mediante la innovación y el impulso de nuevas ideas. Esto permitirá el crecimiento y adaptación a las demandas del mercado en un mercado que ofrece, cada vez, más opciones para satisfacer las necesidades.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1.	**El Producto**
1.1.	Concepto de producto (4 horas)
1.2.	Cinco niveles de producto (2 horas)
1.3.	Jerarquía del producto (2 horas)
1.4.	Clasificación de producto / Ciclo de vida del producto (4 horas)
1.5.	Aplicaciones (6 horas)
2.	**Desarrollo, prueba y lanzamiento de nuevos productos**
2.1.	Dilema del desarrollo de un nuevo producto (4 horas)
2.2.	Disposiciones organizacionales efectivas (2 horas)
2.3.	Etapas del desarrollo de un nuevo producto (4 horas)
2.4.	Generación de la idea (2 horas)
2.5.	Tamizado de la idea (2 horas)
2.6.	Conceptos de desarrollo y prueba de concepto (2 horas)
2.7.	Desarrollo de la estrategia de mercadotecnia (2 horas)
2.8.	Análisis del negocio (2 horas)
2.9.	Desarrollo del producto (2 horas)
2.10.	Prueba de mercado (2 horas)
2.11.	Lanzamiento y Comercialización (2 horas)
2.12.	Protección (2 horas)
2.13.	Aplicaciones (6 horas)
3.	**Competencia**
3.1.	Producto (2 horas)
3.2.	Proveedores (2 horas)
3.3.	Experiencia (2 horas)
3.4.	Ritmos de crecimiento (2 horas)
3.5.	Ventas por un año (2 horas)
3.6.	Target group (2 horas)

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
INV. Investiga los mercados e interpreta las necesidades y el comportamiento del consumidor y de los agentes económicos vinculados con la empresa	
-Aplica competencias para desarrollo de nuevos productos.	-Investigaciones -Proyectos -Trabajos prácticos - productos
-Aplica los conceptos fundamentales de la Investigación de Mercados	-Investigaciones -Proyectos -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Investigaciones	Áreas de Innovación y descubrimiento de la oportunidad de negocio	Competencia, Desarrollo, prueba y lanzamiento de nuevos productos, El Producto	APORTE	10	Semana: 2 (27/09/21 al 02/10/21)
Trabajos prácticos - productos	Entrega de Diseño Organizacional para el desarrollo	Competencia, Desarrollo, prueba y lanzamiento de nuevos productos, El Producto	APORTE	10	Semana: 5 (18/10/21 al 23/10/21)
Trabajos prácticos - productos	Diagnóstico de Insumos y modelo proceso - objetivo	Desarrollo, prueba y lanzamiento de nuevos productos, El Producto	APORTE	10	Semana: 8 (08/11/21 al 13/11/21)
Proyectos	Plan Estratégico	Competencia, Desarrollo, prueba y lanzamiento de nuevos productos, El Producto	EXAMEN	20	Semana: 19-20 (23-01-2022 al 29-01-2022)

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Proyectos	Plan Estratégico	Competencia, Desarrollo, prueba y lanzamiento de nuevos productos, El Producto	SUPLETORIO	20	Semana: 21 (07/02/22 al 07/02/22)

Metodología

Criterios de Evaluación

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Ferré Trenzano, José	Oceano	Ferré Trenzano, José	2003	
Ponti Franc, Ferrás Xavier,	Norma	Pasión por innovar	2009	
Jay Paap	Seminarium-	Seminario de Desarrollo de nuevos productos	2004	

Web

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 15/09/2021

Estado: Aprobado