



## FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

### ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

#### 1. Datos generales

**Materia:** INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO  
**Código:** FAD0036  
**Paralelo:** A  
**Periodo :** Septiembre-2019 a Febrero-2020  
**Profesor:** VANEGAS MANZANO PAUL FERNANDO  
**Correo electrónico:** pvanegas@uazuay.edu.ec

**Nivel:** 5

#### Distribución de horas.

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

#### Prerrequisitos:

Código: FAD0244 Materia: INTRODUCCION AL MARKETING

#### 2. Descripción y objetivos de la materia

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.

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.

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

#### 3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

#### 4. Contenidos

|     |                                                                  |
|-----|------------------------------------------------------------------|
| 1.1 | Concepto, Objetivos y Componentes                                |
| 1.2 | El Rol de la Funcion Administrativa                              |
| 1.3 | Que es Investigacion y Desarrollo                                |
| 1.4 | El Control Total de la Calidad                                   |
| 1.5 | Responsabilidad Social Empresarial                               |
| 2.1 | Definicion de Investigacion y Desarrollo                         |
| 2.2 | Actividades que engloba el Sistema de Investigacion y Desarrollo |
| 2.3 | La Innovacion y el Liderazgo                                     |
| 2.4 | La I&D y la Innovacion Tecnologica                               |
| 2.5 | El Rol de las Ideas y el Mejoramiento del Pensamiento Creativo   |

|     |                                                                       |
|-----|-----------------------------------------------------------------------|
| 2.6 | El Proceso Creativo: Pasos para ser Innovador                         |
| 2.7 | Innovación de Productos y Servicios                                   |
| 3.1 | La Empresa y el Lanzamiento de Nuevos Productos y Servicios           |
| 3.2 | Factores que impiden el desarrollo de Nuevos Productos y Servicios    |
| 3.3 | Factores que caracterizan el éxito de Nuevos Productos y Servicios    |
| 3.4 | Estructura organizativa para el Desarrollo de nuevos productos.       |
| 3.5 | Visión Global del proceso de Desarrollo de Nuevos Productos.          |
| 3.6 | Pasos en el Desarrollo de un Nuevo Producto                           |
| 4.1 | El Tamizado de Ideas y su selección                                   |
| 4.2 | El Concepto del Nuevo Producto.                                       |
| 4.3 | La investigación de mercados como herramienta de los Nuevos Conceptos |
| 5.1 | Proceso a partir de la Línea del Producto                             |
| 5.2 | Proceso a partir del Mercadeo                                         |
| 5.3 | El Lanzamiento del nuevo producto                                     |

## 5. Sistema de Evaluación

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

#### Resultado de aprendizaje de la materia

##### aj. Administrar la gestión de la Calidad Total.

-Aplicar a fondo la Calidad bajo el contexto de eficiencia y eficacia.

Evidencias  
-Evaluación escrita  
-Evaluación oral  
-Proyectos  
-Trabajos prácticos -  
productos

##### an. Desarrollar Planes de Negocio Innovadores.

-El estudiante debe Generar nuevas Propuestas, Proyectos, y Soluciones de alto valor y trascendencia social y empresarial intensivamente

-Evaluación escrita  
-Evaluación oral  
-Proyectos  
-Trabajos prácticos -  
productos

##### az. Investigar y Desarrollar Nuevos Productos

-El estudiante debe Investigar y Desarrollar Nuevos Productos adecuadamente

-Evaluación escrita  
-Evaluación oral  
-Proyectos  
-Trabajos prácticos -  
productos

## Desglose de evaluación

| Evidencia                      | Descripción           | Contenidos sílabo a evaluar                                                                                                                                                                                | Aporte     | Calificación | Semana                                   |
|--------------------------------|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|--------------|------------------------------------------|
| Evaluación escrita             | evaluación individual | El Sistema Empresa                                                                                                                                                                                         | APORTE     | 10           | Semana: 6 (14-OCT-19 al 19-OCT-19)       |
| Evaluación oral                | grupal                | Desarrollo de Nuevas Ofertas para el Mercado                                                                                                                                                               | APORTE     | 5            | Semana: 11 (18-NOV-19 al 23-NOV-19)      |
| Trabajos prácticos - productos | trabajo grupal        | Desarrollo de Nuevas Ofertas para el Mercado                                                                                                                                                               | APORTE     | 5            | Semana: 14 (09-DIC-19 al 14-DIC-19)      |
| Proyectos                      | grupal                | Las Ideas y el Desarrollo de Conceptos                                                                                                                                                                     | APORTE     | 5            | Semana: 17-18 (29-12-2019 al 11-01-2020) |
| Evaluación escrita             | individual            | Proceso de Desarrollo de Nuevos Productos                                                                                                                                                                  | APORTE     | 5            | Semana: 19 (13-ENE-20 al 18-ENE-20)      |
| Evaluación escrita             | final                 | Desarrollo de Nuevas Ofertas para el Mercado, El Sistema Empresa, Introduccion al Sistema de Investigacion y Desarrollo, Las Ideas y el Desarrollo de Conceptos, Proceso de Desarrollo de Nuevos Productos | EXAMEN     | 20           | Semana: 19 (13-ENE-20 al 18-ENE-20)      |
| Evaluación escrita             | supletorio            | Desarrollo de Nuevas Ofertas para el Mercado, El Sistema Empresa, Introduccion al Sistema de Investigacion y Desarrollo, Las Ideas y el Desarrollo de Conceptos, Proceso de Desarrollo de Nuevos Productos | SUPLETORIO | 20           | Semana: 21 ( al )                        |

## Metodología

## Criterios de evaluación

## 6. 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 |
| MOLINA, M.                                      | NO INDICA   | INVESTIGACION Y DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS                       | 2007 | NO INDICA         |

#### Web

#### Software

#### Revista

### Bibliografía de apoyo

#### Libros

| Autor      | Editorial | Título                                         | Año  | ISBN      |
|------------|-----------|------------------------------------------------|------|-----------|
| MOLINA, M. | NO INDICA | INVESTIGACION Y DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS | 2007 | NO INDICA |

Web

---

Software

---

Revista

---

---

Docente

---

Director/Junta

Fecha aprobación: **13/09/2019**

Estado: **Aprobado**