



## FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

### ESCUELA DE MARKETING

#### 1. Datos generales

**Materia:** INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE NUEVOS  
**Código:** MTC0014  
**Paralelo:** A  
**Periodo :** Septiembre-2020 a Febrero-2021  
**Profesor:** UGALDE VASQUEZ 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

1.1.	Concepto de producto
1.2.	Cinco niveles de producto
1.3.	Jerarquía del producto
1.4.	Clasificación de producto / Ciclo de vida del producto
1.5.	Aplicaciones
2.1.	Dilema del desarrollo de un nuevo producto
2.2.	Disposiciones organizacionales efectivas
2.3.	Etapas del desarrollo de un nuevo producto
2.4.	Generación de la idea

2.5.	Tamizado de la idea
2.6.	Conceptos de desarrollo y prueba de concepto
2.7.	Desarrollo de la estrategia de mercadotecnia
2.8.	Análisis del negocio
2.9.	Desarrollo del producto
2.10.	Prueba de mercado
2.11.	Lanzamiento y Comercialización
2.12.	Protección
2.13.	Aplicaciones
3.1.	Producto
3.2.	Proveedores
3.3.	Experiencia
3.4.	Ritmos de crecimiento
3.5.	Ventas por un año
3.6.	Target group

## 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  
-Trabajos prácticos -  
productos

-Aplica los conceptos fundamentales de la investigación de Mercados

-Investigaciones  
-Trabajos prácticos -  
productos

### Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Investigaciones	Modelo de Buenas Prácticas para la innovación	Desarrollo, prueba y lanzamiento de nuevos productos, El Producto	APORTE DESEMPEÑO	5	Semana: 6 (26-OCT-20 al 31-OCT-20)
Trabajos prácticos - productos	Modelo de Desarrollo de Producto según sondeo de mercado	Competencia, Desarrollo, prueba y lanzamiento de nuevos productos	APORTE DESEMPEÑO	5	Semana: 11 (30-NOV-20 al 05-DIC-20)
	APORTE CUMPLIMIENTO		APORTE CUMPLIMIENTO	10	Semana: 13 (14-DIC-20 al 19-DIC-20)
	APORTE ASISTENCIA		APORTE ASISTENCIA	10	Semana: 13 (14-DIC-20 al 19-DIC-20)
Investigaciones	Modelo de Innovación Aplicado	Competencia, Desarrollo, prueba y lanzamiento de nuevos productos, El Producto	EXAMEN FINAL ASINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (25-01-2021 al 30-01-2021)
Trabajos prácticos - productos	Defensa de Proyecto	Competencia, Desarrollo, prueba y lanzamiento de nuevos productos, El Producto	EXAMEN FINAL SINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (25-01-2021 al 30-01-2021)
Investigaciones	Modelo de Innovación Aplicado	Competencia, Desarrollo, prueba y lanzamiento de nuevos productos, El Producto	SUPLETORIO ASINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (25-01-2021 al 30-01-2021)
Trabajos prácticos - productos	Defensa de Proyecto	Competencia, Desarrollo, prueba y lanzamiento de nuevos productos, El Producto	SUPLETORIO SINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (25-01-2021 al 30-01-2021)

## Metodología

Descripción	Tipo horas
Lecturas de modelos de innovación y buenas practicas	Autónomo
Debates en clase y presentaciones grupales	Total docencia

## Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
Reportes de Lectura	Autónomo
Valoración de Informe + presentación grupal	Total docencia

## 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

#### Revista

### Bibliografía de apoyo

#### Libros

#### Web

#### Software

#### Revista

\_\_\_\_\_  
Docente

\_\_\_\_\_  
Director/Junta

Fecha aprobación: **18/09/2020**

Estado: **Aprobado**