

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN ESCUELA DE MARKETING

1. Datos generales

Materia: INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE NUEVOS
Código: MTC0014
Paralelo: A
Periodo: Septiembre-2023 a Febrero-2024
Profesor: VERA REINO JOSE LEONARDO
Correo electrónico: jvera@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 Innovación y Desarrollo de Nuevos 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.

La cátedra 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 y mercado
1.2.	Estrategias de producto /mercado
1.3.	Ciclo de vida
1.4.	Aplicaciones
2.1.	La innovación tecnológica y como se la cataloga
2.2.	La importancia de los nuevos productos

2.3.	Qué es un nuevo producto?
2.4.	Organización y estructuras
2.5.	Riesgos, dificultades y factores de éxito
2.6.	Aplicaciones
3.1.	Estructura del diseño y desarrollo
3.2.	Objetivos y directrices
3.3.	Fuentes de nuevos productos
3.4.	Aplicaciones
4.1.	Métodos de diagnóstico
4.2.	Métodos para buscar ideas
4.3.	Selección de ideas para nuevos productos
4.4.	El concepto / pruebas de concepto
4.5.	Aplicaciones
5.1.	El proceso interactuante
5.2.	Análisis del negocio

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.

-Evaluación escrita
-Trabajos prácticos -
productos

-Aplica los conceptos fundamentales de la investigación de Mercados

-Evaluación escrita
-Trabajos prácticos -
productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Parcial 1. Evaluación de los temas vistos.	El Producto, Los nuevos productos	APORTE	5	Semana: 5 (16-OCT-23 al 21-OCT-23)
Trabajos prácticos - productos	Paarcial 2. Practicas de los temas vistos	El Producto, Los nuevos productos	APORTE	5	Semana: 5 (16-OCT-23 al 21-OCT-23)
Evaluación escrita	Parcial 2. Evaluación de los temas vistos	Etapas en el desarrollo de un nuevo producto , Las ideas	APORTE	5	Semana: 15 (al)
Trabajos prácticos - productos	Parcial 2. Practicas de los temas vistos	Etapas en el desarrollo de un nuevo producto , Las ideas	APORTE	5	Semana: 15 (al)
Evaluación escrita	Parcial 3. Evaluación de los temas vistos	Desarrollo del producto	APORTE	5	Semana: 21 (al)
Trabajos prácticos - productos	Parcial 3. Prácticas de los temas vistos	Desarrollo del producto	APORTE	5	Semana: 21 (al)
Evaluación escrita	Evaluación final	Desarrollo del producto, El Producto, Etapas en el desarrollo de un nuevo producto , Las ideas, Los nuevos productos	EXAMEN	20	Semana: 19 (al)
Evaluación escrita	Evaluación adicional	Desarrollo del producto, El Producto, Etapas en el desarrollo de un nuevo producto , Las ideas, Los nuevos productos	SUPLETORIO	20	Semana: 20 (al)

Metodología

Descripción	Tipo horas
- Revisión de estudios	Autónomo
- Revisión de fundamento teórico	
- Resolución de casos	
- Desarrollo de proyectos	Total docencia
- Exposición y explicación de temas base	
- Resolución de matrices y ejercicios.	
- Ejemplificación práctica	
- Guía y orientación en proyectos	

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
- Dominio e integración de conocimientos.	Autónomo
- Profundidad de Análisis/Investigación	
- Planteamiento de Conclusiones	
- Calidad de fuente	Total docencia
- Proceso de resolución y resultado	
- Dominio e integración de conocimientos.	
- Profundidad de Análisis/Investigación	
- Planteamiento de Conclusiones	
- Calidad de fuente	

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
Ponti Franc, Ferrás Xavier,	Norma	Pasión por innovar	2009	

Web

Autor	Título	Url
GEEKFLARE	Las 14 mejores plataformas para listar o lanzar su producto en 2022	https://geekflare.com/es/product-listing-and-launch-platforms/

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **12/09/2023**

Estado: **Aprobado**