



## FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

### 1. Datos generales

**Materia:** INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO  
**Código:** FAD0036  
**Paralelo:** A  
**Periodo:** Septiembre-2016 a Febrero-2017  
**Profesor:** UGALDE VASQUEZ ANDRÉS FRANCISCO  
**Correo electrónico:** augalde@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

### 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

-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

-Trabajos prácticos - productos

az. Investigar y Desarrollar Nuevos Productos

-El estudiante debe Investigar y Desarrollar Nuevos Productos adecuadamente

-Trabajos prácticos - productos

## Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Tema 2.1 El Estudio de las Organizaciones	Creatividad	APORTE 1	10	Semana: 5 (10-OCT-16 al 15-OCT-16)
Trabajos prácticos - productos	Tema 8.2 Diversificación	Mapas mentales	APORTE 2	10	Semana: 10 (14-NOV-16 al 19-NOV-16)
Trabajos prácticos - productos	Tema 9.1 Pensamiento Estratégico 3	Investigación y Desarrollo	APORTE 3	10	Semana: 15 (19-DIC-16 al 23-DIC-16)
Trabajos prácticos - productos	Todos	Diseño y desarrollo de productos, Investigación y Desarrollo, Mapas mentales	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (02-01-2017 al 15-01-2017)
Trabajos prácticos - productos	Total Contenidos	Creatividad, Diseño y desarrollo de productos, Investigación y Desarrollo, Mapas mentales	SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (16-01-2017 al 22-01-2017)

## 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

#### Web

#### Software

#### Revista

### Bibliografía de apoyo

#### Libros

#### Web

#### Software

#### Revista

---

Docente

---

Director/Junta

Fecha aprobación: **01/09/2016**

Estado: **Aprobado**