



FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE

ESCUELA DE DISEÑO DE OBJETOS

1. Datos generales

Materia: GESTIÓN 3 OBJETOS
Código: FDI0114
Paralelo: A
Periodo : Marzo-2017 a Julio-2017
Profesor: ALARCON MORALES JHONN MANUEL
Correo electrónico: jalarcon@uazuay.edu.ec

Nivel: 6

Distribución de horas.

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

Prerrequisitos:

Ninguno

2. Descripción y objetivos de la materia

Gestión 3 es una asignatura teórica que aborda con mayor profundidad dentro del marketing mix, las estrategias de Producto.

Contribuirá para que el estudiante pueda vincular sus productos de diseño con las necesidades del contexto y de los diferentes tipos de consumidores.

Esta asignatura se articula con los Talleres, dando información preliminar y estrategias, para la toma de decisiones en los proyectos de Diseño, especialmente Diseño 6 y 7.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

| | |
|--------|--|
| 01.01. | Producto |
| 01.02. | Precio |
| 01.03. | Plaza |
| 01.04. | Promoción |
| 02.01. | Qué es un producto |
| 02.02. | Características - Beneficios |
| 02.03. | Niveles de producto |
| 02.04. | Producto o servicio, tangible e intangible |
| 02.05. | Clasificación de los productos |
| 03.01. | Investigación y análisis de los usuarios |
| 03.02. | Contexto de uso |
| 03.03. | Perfiles, personas, tareas |
| 03.04. | Propuesta de diseño / fases |

| | |
|-----------|--|
| 03.05. | Evaluación |
| 04.01. | Etapas según el marketing |
| 04.01.01. | Generación y depuración de ideas |
| 04.01.02. | Pruebas de desarrollo |
| 04.01.03. | Estrategia de marketing |
| 04.01.04. | Análisis de negocios |
| 04.01.05. | Desarrollo de productos (Diseño) |
| 04.01.06. | Mercado de prueba |
| 04.01.07. | Comercialización |
| 04.02. | Porqué fracasan los productos nuevos |
| 04.03. | Estrategias para la introducción de productos nuevos |
| 05.01. | Características, objetivos y estrategias según ciclo de vida |

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

ad. Resolver los problemas de diseño con altos niveles de significación e innovación

| | |
|---|---|
| -Describir el rol de la innovación en el proceso de diseño de objetos/productos | -Evaluación oral -Investigaciones -Reactivos -Trabajos prácticos - productos |
| -Reconocer el proceso de generación de productos nuevos | -Evaluación oral -Investigaciones -Reactivos -Trabajos prácticos - productos |

ar. Contrastar la información del mercado

| | |
|---|---|
| -Reconocer el proceso de generación de productos nuevos | -Evaluación oral -Investigaciones -Reactivos -Trabajos prácticos - productos |
|---|---|

as. Utilizar la información del mercado

| | |
|---|---|
| -Describir el rol de la innovación en el proceso de diseño de objetos/productos | -Evaluación oral -Investigaciones -Reactivos -Trabajos prácticos - productos |
| -Reconocer el proceso de generación de productos nuevos | -Evaluación oral -Investigaciones -Reactivos -Trabajos prácticos - productos |

at. Generar y gestionar proyectos de diseño

| | |
|---|---|
| -Apreciar las dimensiones de la gestión de productos | -Evaluación oral -Investigaciones -Reactivos -Trabajos prácticos - productos |
| -Reconocer el proceso de generación de productos nuevos | -Evaluación oral -Investigaciones -Reactivos -Trabajos prácticos - productos |

ax. Trabajar eficientemente en grupos interdisciplinarios

| | |
|--|---|
| -Apreciar las dimensiones de la gestión de productos | -Evaluación oral -Investigaciones -Reactivos -Trabajos prácticos - productos |
|--|---|

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

ay. Aprender permanentemente

Evidencias

-Reconocer el proceso de generación de productos nuevos

-Evaluación oral
-Investigaciones
-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

Desglose de evaluación

| Evidencia | Descripción | Contenidos sílabo a evaluar | Aporte | Calificación | Semana |
|--------------------------------|---|---|------------|--------------|--|
| Reactivos | Conceptos básicos mix de marketing | El mix de marketing | APORTE 1 | 5 | Semana: 5 (17-ABR-17 al 22-ABR-17) |
| Evaluación oral | Entender que es un producto. Reconocer una necesidad | El mix de marketing, El producto y sus características | APORTE 2 | 10 | Semana: 10 (22-MAY-17 al 27-MAY-17) |
| Investigaciones | El usuario y el contexto. Marketing para conocer al usuario | Desarrollo de nuevos productos, Diseño de productos centrados en el usuario, El mix de marketing, El producto y sus características | APORTE 3 | 15 | Semana: 14 (19-JUN-17 al 24-JUN-17) |
| Trabajos prácticos - productos | Desarrollo de nuevos productos. Plan de marketing | Desarrollo de nuevos productos, Diseño de productos centrados en el usuario, El mix de marketing, El producto y sus características | EXAMEN | 20 | Semana: 17-18 (09-07-2017 al 22-07-2017) |
| Reactivos | Reactivos todo la materia | Desarrollo de nuevos productos, Diseño de productos centrados en el usuario, El mix de marketing, El producto y sus características | SUPLETORIO | 20 | Semana: 19-20 (23-07-2017 al 29-07-2017) |

Metodología

Criterios de evaluación

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

| Autor | Editorial | Título | Año | ISBN |
|----------------------------------|-----------|----------------------------|------|------|
| Karger, Delmar. | Index | Nuevo producto. | 1982 | |
| Kotler, Philip; Armstrong, Gary. | Pearson | Fundamentos del Marketing. | 2003 | |
| Kotler, Philip; Keller, Kevin. | Pearson | Dirección de Marketing. | 2006 | |

Web

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

| Autor | Editorial | Título | Año | ISBN |
|----------------------------|-------------|--|------|-------------------|
| 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 |
| Karl T Ulrich; Steven D | McGraw Hill | Diseño y desarrollo de productos | 2013 | 978-6-07-150944-4 |

Autor Editorial Título Año ISBN

Eppinger

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **15/03/2017**

Estado: **Aprobado**