



## FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

### 1. Datos generales

**Materia:** INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO  
**Código:** FAD0036  
**Paralelo:** A  
**Periodo :** Septiembre-2017 a Febrero-2018  
**Profesor:** VERA REINO JOSE LEONARDO  
**Correo electrónico:** jvera@uazuay.edu.ec

**Nivel:** 6

#### Distribución de horas.

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

### Prerrequisitos:

Código: FAD0032 Materia: FUNDAMENTOS DE MARKETING PARA ADM

### 2. Descripción y objetivos de la materia

La asignatura de Investigación y Desarrollo, comprende un análisis del entorno, de la organización y de los procesos que inician con una revisión de conceptos relevantes al lenguaje de los negocios y actividades que permitan al estudiante desarrollar su creatividad y desenvolverse en una situación empresarial real. Se complementa la formación el desarrollo de un proyecto, para que a través de directrices, el estudiante logre la inserción de ideas de negocios a un ambiente emprendedor, contribuyendo al desarrollo social y económico del país.

Investigación y Desarrollo es una asignatura que refleja el dinamismo de un empresa, y que esta soportado por una metodología que ayudara a los estudiantes a generar ideas y acciones creativas e innovadoras, a tomar riesgos y romper paradigmas en diferentes áreas. El propósito es preparar a los estudiantes para un desempeño acorde a las condiciones actuales y proveer de las herramientas para la actualización permanente con una visión a futuro, para crear empresas innovadoras con talento humano, diversidad en la cartera de productos, y potenciando capacidades que permitan alcanzar altos niveles de productividad.

En el programa vigente de Administración de Empresas, la asignatura de Investigación y Desarrollo pertenece al área de producción, por tanto se relaciona y complementa con conocimientos de las materiales de Investigación Operativa, Administración de la Producción, Administración de Proyectos, Planeación Estratégica y Marketing.

### 3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

### 4. Contenidos

1.1	Concepto, Objetivos y Componentes
1.1	Saber mirar y saber ver
1.2	El Rol de la Funcion Administrativa
1.2	Hacer que su pensamiento se haga visible
1.3	Pensar con fluidez
1.3	Que es Investigacion y Desarrollo
1.4	El Control Total de la Calidad
1.4	Hacer combinaciones nuevas
1.5	La manera de conectar lo que no está conectado

1.5	Responsabilidad Social Empresarial
1.6	La manera de contemplar la otra cara o el otro lado
1.7	La manera de encontrar lo que usted no está buscando
1.8	Como despertar el espíritu de cooperación
1.9	La creatividad personal
2.1	Definición de Investigación y Desarrollo
2.1	Los mapas mentales
2.2	Actividades que engloba el Sistema de Investigación y Desarrollo
2.2	El pensamiento irradiante
2.3	El método de los mapas mentales
2.3	La Innovación y el Liderazgo
2.4	La I&D y la Innovación Tecnológica
2.4	Leyes y recomendaciones de la cartografía mental
2.5	El Rol de las Ideas y el Mejoramiento del Pensamiento Creativo
2.5	Mind map y su aplicación
2.6	Definición de proyecto
2.6	El Proceso Creativo: Pasos para ser Innovador
2.7	Innovación de Productos y Servicios
3.1	Introducción
3.1	La Empresa y el Lanzamiento de Nuevos Productos y Servicios
3.2	Factores que impiden el desarrollo de Nuevos Productos y Servicios
3.2	Proceso de desarrollo de nuevos productos
3.2.1	Etapas de desarrollo de nuevos productos
3.2.2	Orígenes de la Innovación
3.2.3	Relación entre las alternativas de diseño
3.2.4	Tipos de desarrollo de nuevos productos
3.3	Factores que caracterizan el éxito de Nuevos Productos y Servicios
3.3	Enfoque secuencial versus Enfoque Simultáneo
3.4	Problemática del Enfoque Simultáneo
3.4	Estructura organizativa para el Desarrollo de nuevos productos.
3.4.1	Diferencias entre Investigación y Desarrollo, Marketing y Operaciones
3.5	Visión Global del proceso de Desarrollo de Nuevos Productos.
3.5	Importancia del desarrollo de nuevos productos
3.5.1	Riesgo del desarrollo de nuevos productos
3.6	Pasos en el Desarrollo de un Nuevo Producto
3.6	Generación de ideas
3.7	Filtrado de ideas
3.8	Proceso de calificación
3.9	Desarrollo y prueba de concepto

3.10	Estrategia de mercado
3.11	Análisis financiero
3.12	Desarrollo del producto
3.13	Pruebas de mercado
3.14	Comercialización
3.15	Estrategias del ciclo de vida del producto
4.1	El Tamizado de Ideas y su selección
4.1	Introducción
4.2	El Concepto del Nuevo Producto.
4.2	Fundamentos
4.3	El producto
4.3	La investigación de mercados como herramienta de los Uevos Conceptos
4.3.1	Clasificación de los productos
4.3.2	El proceso de desarrollo y diseño de nuevos productos: Enfoque Mercadotécnico
4.3.3	El proceso de desarrollo y diseño de nuevos productos: Enfoque Tecnológico
4.3.4	Tolerancias, Normas y Estándares.
4.3.5	Escalamiento a nivel piloto
4.5	Inversión en Investigación y Desarrollo
4.6	Patentes
4.7	Calificación de los recursos humanos
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

##### ae. Desarrollar liderazgo en la empresa

-Desempeñarse como un profesional íntegro que practica un liderazgo compartido y es responsable de su actuar

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

##### aq. Evaluar y administrar proyectos empresariales

-Identificar oportunidades en el mercado para desarrollar nuevos negocios, fomentado así una actitud de emprendimiento

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

##### ax. Creación de planes de atención y servicio al cliente

-Diseñar productos/servicios en función de su talento e ingenio. Aplicar modelos de análisis de problemas y mejora de procesos. Analizar la cadena de valor y tomar acciones correctivas para su mejora. Aplicar herramientas para generar ideas creativas e innovadoras.

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

## Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Evaluación de capítulos 1 y 2	El Sistema Empresa, Introducción al Sistema de Investigación y Desarrollo	APORTE 1	10	Semana: 6 (30-OCT-17 al 01-NOV-17)
Investigaciones	Evaluación capítulos 3 y 4	Desarrollo de Nuevas Ofertas para el Mercado, Las Ideas y el Desarrollo de Conceptos	APORTE 2	10	Semana: 11 (04-DIC-17 al 09-DIC-17)
Trabajos prácticos - productos	Trabajo práctico grupal con componente individual	Las Ideas y el Desarrollo de Conceptos, Proceso de Desarrollo de Nuevos Productos	APORTE 3	10	Semana: 16 (08-ENE-18 al 13-ENE-18)
Proyectos	Proyecto final grupal con componente individual	Desarrollo de Nuevas Ofertas para el Mercado, El Sistema Empresa, Introducción al Sistema de Investigación y Desarrollo, Las Ideas y el Desarrollo de Conceptos, Proceso de Desarrollo de Nuevos Productos	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (14-01-2018 al 27-01-2018)
			EXAMEN		
Evaluación escrita	Examen escrito de todo el contenido	Desarrollo de Nuevas Ofertas para el Mercado, El Sistema Empresa, Introducción al Sistema de Investigación y Desarrollo, Las Ideas y el Desarrollo de Conceptos, Proceso de Desarrollo de Nuevos Productos	SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (28-01-2018 al 03-02-2018)

## Metodología

## Criterios de evaluación

## 6. Referencias

### Bibliografía base

#### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
BACA URBINA, GABRIEL	Mc Graw Hill	EVALUACIÓN DE PROYECTOS	2010	NO INDICA

#### 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
KARL T ULRICH, AUTOR ; STEVEN D EPPINGER, AUTOR	McGraw Hill	DISEÑO Y DESARROLLO DE PRODUCTOS	2013	978-6-07-150944-4

## Web

Autor	Título	Url
David Horth, Center for Creative Leadership, y Dan Buchner, Continuum	Liderazgo en Materia de Innovación	<a href="http://www.ccl.org/wp-content/uploads/2017/06/Innovation-Leadership-Castilian-Spanish.pdf">www.ccl.org/wp-content/uploads/2017/06/Innovation-Leadership-Castilian-Spanish.pdf</a>
Eulàlia Fuentes Pujol, Llorenç Arquimbau Vivó	I+D+I: UNA PERSPECTIVA DOCUMENTAL	<a href="http://revistas.um.es/analesdoc/article/view/24801">http://revistas.um.es/analesdoc/article/view/24801</a>

## Software

## Revista

---

Docente

---

Director/Junta

Fecha aprobación: **12/09/2017**

Estado: **Aprobado**