



## FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

### ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

#### 1. Datos generales

**Materia:** INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO  
**Código:** FAD0036  
**Paralelo:** A  
**Periodo :** Septiembre-2018 a Febrero-2019  
**Profesor:** VANEGAS MANZANO PAUL FERNANDO  
**Correo electrónico:** pvanegas@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

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	Importancia del desarrollo de nuevos productos
3.5	Visión Global del proceso de Desarrollo de Nuevos Productos.
3.5.1	Riesgo del desarrollo de nuevos productos
3.6	Generación de ideas
3.6	Pasos en el Desarrollo de un Nuevo Producto
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	Fundamentos
4.2	El Concepto del Nuevo Producto.
4.3	El producto
4.3	La investigación de mercados como herramienta de los Nuevos 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
4.8	Uso de las Tecnologías de Información.
4.9	Algunos Indicadores
4.11	Que es un plan maestro de producción.
4.12	Que es una lista de materiales o Bill of materials
4.13	Ejercicios prácticos de elaboración de una estructura de materiales
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

aj. Administrar la gestión de la Calidad Total.

-Aplicar a fondo la Calidad bajo el contexto de eficiencia y eficacia.

Evidencias  
-Evaluación escrita  
-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

-Evaluación escrita  
-Trabajos prácticos -  
productos

az. Investigar y Desarrollar Nuevos Productos

-El estudiante debe Investigar y Desarrollar Nuevos Productos adecuadamente

-Evaluación escrita  
-Trabajos prácticos -  
productos

## Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	prueba	Creatividad, Mapas mentales	APORTE 1	10	Semana: 4 (09-OCT-18 al 13-OCT-18)
Trabajos prácticos - productos	trabajo	Investigación y Desarrollo	APORTE 2	10	Semana: 10 (19-NOV-18 al 24-NOV-18)
Trabajos prácticos - productos	presentacion	Diseño y desarrollo de productos	APORTE 3	10	Semana: 14 (17-DIC-18 al 22-DIC-18)
Evaluación escrita	FINAL	Creatividad, Investigación y Desarrollo, Mapas mentales	EXAMEN	20	Semana: 19-20 (20-01-2019 al 26-01-2019)
Evaluación escrita	supletorio	Creatividad, Diseño y desarrollo de productos, Investigación y Desarrollo, Mapas mentales	SUPLETORIO	20	Semana: 21 ( al )

## 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
Richard Morris	Parramón	Fundamentos del diseño de productos	2009	978-84-352-3557-1
Alejandro Schnarch Kirberg	McGraw-Hill	Desarrollo de nuevos productos : creatividad, innovación y marketing	2014	978-958-410-432-8

#### Web

#### Software

#### Revista

### Bibliografía de apoyo

#### Libros

#### Web

#### Software

#### Revista

---

Docente

---

Director/Junta

Fecha aprobación: **10/09/2018**

Estado: **Aprobado**