



Fecha Aprobación:
18/03/2013

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION

ESCUELA DE INGENIERIA DE MARKETING

CARRERA DE INGENIERIA EN MARKETING

Sílabo

1. Datos generales

Materia: DISEÑO DE NUEVOS PRODUCTOS

Código: FAD0167

Créditos: 3

Nivel: 8

Paralelo: 8A-IMK

Eje de formación: PROFESIONAL

Periodo lectivo: PERIODO MAR/2013 - JUL/2013

Total de horas: 48

Profesor: ROJAS LUNA ROSA VANESA

Correo electrónico: vrojas@uazuay.edu.ec

Prerrequisitos:

FAD0158 GESTIÓN LOGÍSTICA

2. Descripción y objetivos de la materia

Diseño de Productos es importante por su contribución en el desarrollo de competencias del estudiante para la gestión y desarrollo de nuevos productos que permitan estar en sincronía con las necesidades y deseos de los mercados por su naturaleza cambiantes.

Diseño de Productos se ha concebido dentro de la formación del profesional en Marketing como un sistema de competencias que en lo fundamental sirva para la gestión, investigación y desarrollo de nuevos productos para lo cual se brindará a los estudiantes el marco conceptual fundamental sobre productos; los sistemas organizacionales que conllevan el desafío e innovación; y, el proceso metodológico para el desarrollo de nuevos productos.

La materia de Diseño de 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, auditoría de marketing, comunicación de marketing y gestión de portafolio de productos.

3. Contenidos

1. Marco conceptual de productos

- 1.01. Conceptos: Marketing (3 horas)
- 1.03. Niveles del producto (1 horas)
- 1.04. Clasificaciones (3 horas)
- 1.06. Componentes del producto: el producto ideal (3 horas)
- 1.08. Ciclo de vida del producto (3 horas)
- 1.10. Cierre y evaluación del capítulo (2 horas)

2. Desafíos, innovación y organización de nuevos productos

- 2.01. Los desafíos en el desarrollo de nuevos productos (1 horas)
- 2.02. La innovación (3 horas)
- 2.03. Organización del desarrollo de nuevos productos (2 horas)
- 2.04. Cierre y evaluación del capítulo (1 horas)

3. Proceso metodológico para el desarrollo de nuevos productos

- 3.01. Generación de la idea o concepto (4 horas)
- 3.02. Tamizado o cribado (3 horas)
- 3.03. Prueba de concepto (3 horas)
- 3.04. Desarrollo de la estrategia de Marketing (3 horas)
- 3.05. Análisis del negocio (3 horas)
- 3.06. Desarrollo del producto (2 horas)
- 3.07. Prueba de mercado (3 horas)
- 3.08. Lanzamiento y comercialización (3 horas)
- F1-ERROR Presentación del sílabo y motivación hacia la asignatura (2 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

<i>Resultado de aprendizaje de la materia</i>	<i>Evidencias</i>
ax. Investigar los Mercados para detectar necesidades.	
<ul style="list-style-type: none"> - El estudiante desarrollará la capacidad de detectar pero sobretodo de interpretar las cambiantes y cada vez más exigentes necesidades y deseos de los consumidores. 	<ul style="list-style-type: none"> - Exámenes escritos - Avances de proyectos - Documento de ejercicios y tareas resueltas dentro del aula
ay. Investigar los Mercados para detectar tendencias.	
<ul style="list-style-type: none"> - El estudiante estará en capacidad de investigar a fondo las últimas tendencias del mercado consumidor, a fin de proporcionarle bienes y servicios acordes a sus exigencias. 	<ul style="list-style-type: none"> - Documento de ejercicios y tareas resueltas dentro del aula - Avances de proyectos - Exámenes escritos
az. Investigar y Desarrollar Nuevos Productos	
<ul style="list-style-type: none"> - A través de la adecuada investigación del mercado, el estudiante estará en la capacidad de innovar o renovar bienes y servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño de productos - Exámenes escritos - Avances de proyectos
ba. Generar nuevas Propuestas, Proyectos, y Soluciones de alto valor y trascendencia social y empresarial.	
<ul style="list-style-type: none"> - El estudiante estará en la capacidad de implementar las herramientas administrativas y de gestión en pro de proveer de nuevas o renovadas ofertas que añadan valor en beneficio de sus consumidores 	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño de productos - Avances de proyectos - Exámenes escritos

Desglose de Evaluación

Evidencia	Descripción Evidencia	Contenidos Sílabo Evaluar	Aporte	Calificación	Fch.Aproximada

Metodología

Criterios de Evaluación

La metodología de enseñanza se basará en un proceso inductivo de conceptos, mediante clases preparadas con el apoyo de medios audiovisuales. Se manejarán análisis de casos prácticos tomados de diferentes organizaciones, con los cuales los estudiantes tendrán un acercamiento real a las situaciones que se presentan en las empresas, además de reforzar la capacidad de análisis de los alumnos. La materia impartida, será complementada con la lectura de temas relacionados con las diferentes unidades así como con trabajos de investigación y aplicación práctica. En el examen final se evaluará el conocimiento teórico y práctico de los estudiantes.

5. Textos y otras referencias

Libros

BIBLIOGRAFÍA BASE

- Kotler, Philip.(2004). Marketing Turístico. México: Pearson ¿ Prentice Hall. Biblioteca Hernán Malo. UDA-BG.
- Kotler, Philip.(2003). Fundamentos de Marketing. México: Pearson. Biblioteca Hernán Malo. UDA-BG.
- MARIOTTI, JOHN..(2001). Lo fundamental y lo más efectivo acerca del marketing. Bogotá: McGraw Hill. Biblioteca Hernán Malo. UDA-BG.

Web

BIBLIOGRAFÍA BASE

- Lefcovich, Mauricio. Obtenido de E-libro: <http://site.ebrary.com/lib/uasuausp/docDetail.action?docID=10159987&p00=dise%C3%B1o%20nuevos%20produ>.
- Gómez Escobar, Ignacio. Obtenido de E-libro: <http://site.ebrary.com/lib/uasuausp/docDetail.action?docID=10312343&p00=producto>.

Software

BIBLIOGRAFÍA

Docente

Director Junta

Fecha Aprobación: **18/03/2013**

APROBADO