



Fecha Aprobación:
28/03/2013

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE DISEÑO

ESCUELA DE DISEÑO

CARRERA DE DISEÑO DE OBJETOS

Sílabo

1. Datos generales

Materia: GESTIÓN 3 OBJETOS

Código: FDI0114

Créditos: 4

Nivel: 6

Paralelo: 6A-OBJ

Eje de formación: BÁSICO

Periodo lectivo: PERIODO MAR/2013 - JUL/2013

Total de horas: 64

Profesor: TRELLES MUÑOZ MARIA DEL CARMEN

Correo electrónico: ctrelles@uazuay.edu.ec

Prerrequisitos:

NO TIENE

2. Descripción y objetivos de la materia

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

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

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. Contenidos

1. Introducción: el Producto dentro del Mix de Marketing

1.1. El producto y el marketing mix: Nuevo producto, distribución, promoción y precio. (4 horas)

1.2. Tipos de producto, Ciclo de vida, Atributos, Cartera de productos. (2 horas)

2. Innovación: productos nuevos, ¿Por qué generarlos?, Importancia, Riesgos y Dificultades

2.1. Valor de la innovación en un ambiente competitivo. Innovación tecnológica, innovación en procesos, innovación en diseño. (4 horas)

2.2. Posicionamiento de los productos a través de la innovación. (2 horas)

2.3. Modelos de innovación a nivel internacional. (2 horas)

3. Gestión de productos nuevos

3.1. La Gestión de productos nuevos en base al ciclo de vida. (4 horas)

3.2. Planeación en la generación de nuevos productos: Tiempos, costos, recursos físicos, humanos, proveedores, distribuidores, entre otros. (4 horas)

4. El proceso creativo en la generación de productos

4.1. Creatividad; técnicas y procesos. (4 horas)

4.2. Estrategias para la generación de productos nuevos. (4 horas)

4.3. Diseño de productos: Procesos creativo en el proceso industrial. (4 horas)

5. Generación de Productos Nuevos: buscar, encontrar seleccionar y validar ideas

5.3. Factores de éxito y fracaso en la generación de productos nuevos. (2 horas)

6. El desarrollo del producto

6.1. Proceso de desarrollo de nuevos productos. (4 horas)

6.2. Introducción a patentes. (2 horas)

7. El producto y el mercado

7.1. Diseño de productos en base al mercado meta. (4 horas)

7.2. Tipos de productos para tipos de mercados. Marketing estratégico. (4 horas)

8. Marketing estratégico para productos nuevos: Ciclo de Vida del Producto

8.1. Marketing estratégico aplicado al ciclo de vida del producto; de la introducción al lanzamiento. (6 horas)

5.2. Generación de ideas en base a información del contexto, cliente, recursos disponibles. (4 horas)

5.1. Métodos para la generación de productos nuevos. (4 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>
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	- Pruebas escritas
- Reconocer el proceso de generación de productos nuevos	- Exposiciones frente a tribunal - Informes
as. Utilizar la información del mercado	
- Describir el rol de la innovación en el proceso de diseño de objetos/productos	- Exámenes escritos
- Reconocer el proceso de generación de productos nuevos	- Exposiciones frente a tribunal - Informes
at. Generar y gestionar proyectos de diseño	
- Apreciar las dimensiones de la gestión de productos	- Pruebas escritas - Exámenes escritos
- Reconocer el proceso de generación de productos nuevos	- Informes

Desglose de Evaluación

Evidencia	Descripción Evidencia	Contenidos Sílabo Evaluar	Aporte	Calificación	Fch.Aproximada

Metodología

.

Criterios de Evaluación

La evaluación para la Cátedra Gestión III será de acuerdo a los puntajes establecidos por el sistema. Se evaluarán principalmente los conocimientos adquiridos por los estudiantes acerca de cada uno de los temas tratados en clase, al final de cada capítulo. Así mismo, se considera importante evaluar las capacidades de los alumnos de aplicar lo aprendido a través de la vinculación de los contenidos de la materia, con las materias proyectuales como Diseño VI. Los métodos de evaluación serán a través de pruebas de conocimientos, exposiciones y trabajos prácticos que evidencien lo aprendido.

5. Textos y otras referencias

Libros

BIBLIOGRAFÍA BASE

- Dvoskin, Roberto.(2004). Fundamentos de Marketing: Teoría y Experiencia.. Argentina: Granica. Docente.
- Ferrell & Hartline.(2006). Estrategia de Marketing. México: Thomson. Docente.
- Ferré, José; Ferré Jordi..(1997). Nuevos productos.. España: Diaz de Santos. Docente.
- García, Beatriz; Songel, Gabriel.(2004). Factores de Innovación para el diseño de nuevos productos en el sector juguetero.. España: Universidad Politécnica de Valencia. Docente.
- Gray, Douglas; Cyr, Donald..(1998). Marketing de Productos.. España: Granica. Docente.
- Jiménez, Ana. (Coordinadora).(2004). Dirección de Productos y Marcas. España: UOC. Docente.
- Karger, Delmar..(1982). Nuevo producto.. España: Index. UDA. 4569.
- Kotler, Philip; Armstrong, Gary..(2003). Fundamentos del Marketing.. México: Pearson. UDA. 64274.
- Kotler, Philip; Keller, Kevin..(2006). Dirección de Marketing.. México: Pearson. UDA. 68632.
- Lerma, Alejandro..(2010). Desarrollo de nuevos productos. Una visión integral.. México: Cengage. Docente.
- Llarrea, Pedro..(1991). Calidad del servicio: del marketing a la estrategia.. España: Diaz de Santos. Docente.
- Ordoñez, Rubén..(2010). Cambio, creatividad e innovación. Argentina: Granica. Docente.
- Paris, José Antonio..(2009). Marketing esencial: un enfoque latinoamericano.. Argentina: Errepar. UDA. 68589.
- Rodríguez, Inma. (Coordinadora).(2006). Principios y estrategias de Marketing. España: UOC. Docente.

Web

BIBLIOGRAFÍA BASE

- Galindo Martín, M., Ribeiro, D., & Méndez Picazo, M. Obtenido de EBSCO:
[http://web.ebscohost.com/ehost/detail?
vid=5&sid=3a1a7f33-34cb-483e-b571-f1dccc2531d7%40sessionmgr11&](http://web.ebscohost.com/ehost/detail?vid=5&sid=3a1a7f33-34cb-483e-b571-f1dccc2531d7%40sessionmgr11&)
- Gómez Uranga, Mikel Kerexeta, Goio Etxebarria. Obtenido de EBSCO:
[http://web.ebscohost.com/ehost/detail?
vid=7&sid=3a1a7f33-34cb-483e-b571-f1dccc2531d7%40sessionmgr11&](http://web.ebscohost.com/ehost/detail?vid=7&sid=3a1a7f33-34cb-483e-b571-f1dccc2531d7%40sessionmgr11&)

Software

BIBLIOGRAFÍA

Docente

Director Junta

Fecha Aprobación: **28/03/2013**

APROBADO