



Fecha Aprobación:  
**10/03/2014**

**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:** OBJ-6A

**Eje de formación:** BÁSICO

**Periodo lectivo:** PERIODO MAR/2014 - JUL/2014

**Total de horas:** 64

**Profesor:** FAJARDO SEMINARIO JOSÉ LUIS

**Correo electrónico:** [jfajardo@uazuay.edu.ec](mailto:jfajardo@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**

5.1. Métodos para la generación de productos nuevos. (4 horas)

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

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)

#### 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>
<b>ad. Resolver los problemas de diseño con altos niveles de significación e innovación</b>	
- Describir el rol de la innovación en el proceso de diseño de objetos/productos	- Pruebas escritas
- Reconocer el proceso de generación de productos nuevos	- Investigaciones
<b>ar. Contrastar la información del mercado</b>	
- Reconocer el proceso de generación de productos nuevos	- Pruebas escritas
<b>as. Utilizar la información del mercado</b>	
- Describir el rol de la innovación en el proceso de diseño de objetos/productos	- Estudios de casos
- Reconocer el proceso de generación de productos nuevos	- Pruebas escritas
<b>at. Generar y gestionar proyectos de diseño</b>	
- Apreciar las dimensiones de la gestión de productos	- Investigaciones
- Reconocer el proceso de generación de productos nuevos	- Investigaciones
<b>ax. Trabajar eficientemente en grupos interdisciplinarios</b>	
- Apreciar las dimensiones de la gestión de productos	- Exámenes escritos
<b>ay. Aprender permanentemente</b>	
- Reconocer el proceso de generación de productos nuevos	

##### Desglose de Evaluación

Evidencia	Descripción Evidencia	Contenidos Sílabo Evaluar	Aporte	Calificación	Fch.Aproximada

##### Metodología

El profesor promoverá la participación constante de los alumnos en el curso ayudándolos a que fijen y profundicen los conocimientos que vayan adquiriendo. En el desarrollo del curso se motivará al estudiante mediante la generación de expectativas en función al objetivo del aprendizaje a lograr. Se presentará información sobre las nociones teórico prácticas de los conceptos básicos sobre los contenidos temáticos que comprenden los objetivos del aprendizaje. También se ejemplificará y se pondrá en práctica los conceptos, presentando el uso y aplicaciones básicas, buscando de manera continua la participación activa de los alumnos en cada clase.

##### Criterios de Evaluación

La resolución de los trabajos, proyectos y lecciones, tendrá el siguiente criterio de evaluación: Se evaluará la correcta aplicación de los conceptos así como el planteamiento del problema para su solución, es decir los procesos aritméticos, gráficos registros de información, tablas, estadísticas, etc. necesarios para una correcta identificación y solución óptima a las problemáticas planteadas.

Un criterio importante de evaluación será la lógica de los resultados y las conclusiones del mismo.

## 5. Textos y otras referencias

### Libros

#### BIBLIOGRAFÍA BASE

- 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.

### 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: **10/03/2014**

**APROBADO**