

## SILABO

### ASIGNATURA: DESARROLLO Y LANZAMIENTO DE NUEVOS PRODUCTOS (ELECTIVO)

#### 1. DATOS INFORMATIVOS

1.1 Nombre de la asignatura	: DESARROLLO Y LANZAMIENTO DE NUEVOS PRODUCTOS (ELECTIVO)
1.2 Código de la asignatura	: ADM-19868
1.3 Número de Créditos	: 03
1.4 Carácter de la asignatura	: Obligatorio
1.5 Semestre Académico	:
1.6 Ciclo académico	: VIII ciclo
1.7 Total de horas Semanales	: 04
1.7.1 Horas de teoría	: 02
1.7.2 Horas de práctica	: 02
1.8 Prerrequisito	: ADM-19363
1.9 Fecha de Inicio	:
1.10 Fecha de finalización	:
1.11 Total de Semanas	: 17 semanas
1.12 Docente responsable	:

#### 2. SUMILLA

##### 3.

La asignatura pertenece al área de formación especializada, es de naturaleza teórica y práctica y tiene como propósito; detectar oportunidades de mercado de nuevos productos y servicios y formular un plan de lanzamiento de un producto nuevo al mercado.

Organiza sus contenidos en las siguientes unidades de aprendizaje: I. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL MERCADO GLOBAL Y, ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL PRODUCTO. II. DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS. III. EVALUACIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS Y PLAN DE LANZAMIENTO DE NUEVOS PRODUCTOS.

#### 4. COMPETENCIAS

Aprende y desarrolla habilidades para desarrollar la metodología correspondiente al lanzamiento de nuevos productos empresariales, buscando la aceptación del consumidor desde un primer momento.

## 5. PROGRAMACIÓN ACADÉMICA

### I UNIDAD

#### ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL MERCADO GLOBAL Y, ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL PRODUCTO.

##### Capacidades:

Descubre nuevas estrategias de creación e innovación en el desarrollo y lanzamiento de Productos, servicios, nuevas empresas, lugares y personajes.

Nº SEMANA	Nº SESIÓN	Nº HORAS	CONTENIDOS			% AVANCE
			CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL	
1	S1 S2	2h 2h	Presentación del sílabo la asignatura y los lineamientos generales desarrollo y lanzamiento de nuevos productos	Explicación del sílabo, la metodología de trabajo, Instrucciones sobre las prácticas, los criterios de evaluación y las fuentes de información	Valora la importancia del curso y los contenidos a verteerse en el desarrollo	7.2
2	S3 S4	2h 2h	Conceptos generales: Desarrollo y lanzamiento de nuevos productos	Participa activamente en el desarrollo del curso en forma individual.  Manejar, recoger y observar la teoría y las prácticas de lanzamientos de nuevos producto	Valora el contenido de los conceptos aprendidos, demuestra responsabilidad en el cumplimiento de las actividades de clase	14.4
3	S5 S6	2h 2h	. Estrategias de productos	Utilizar, aplicar y elaborar estrategias de nuevo productos.  Demostrar y planificar el plan  De desarrollo y lanzamientos de nuevos productos.	Valora la importancia del desarrollo de nuevos productos utilizando lluvia de ideas y exposición dialogada	21.6
4	S7 S8	2h 2h	Creatividad para el cambio.  Obstáculo a la creatividad:  Identificación y superación	Utilizar, construir, aplicar y experimentar acerca de la creatividad y la innovación.  Demostrar que se puede superar la falta de credibilidad y creatividad	Valora los contenidos de la sesión mediante lluvia de ideas y problematización	28.8

5	S9 S10	2h 2h	Como buscar y encontrar ideas para oportunidades de negocios o Nuevos productos.	Utilizar y experimentar la creación innata del hombre y su visión emprendedora.	cumplimiento de las tareas en clase por medio de la inducción y lluvia de ideas	36
6	<b>PRIMERA EVALUACIÓN PARCIAL</b>					

## II UNIDAD

### DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS

#### Capacidades:

Ilustra el plan maestro del desarrollo y lanzamiento en el mercado para satisfacer las Necesidades y deseos de los clientes – consumidores – usuarios.

N° SEMANA	N° SESIÓN	N° HORAS	CONTENIDOS			% AVANCE
			CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL	
7	S11 S12	2h 2h	Arquitectura del producto.	Construir, aplicar, experimentar y demostrar el diseño de la arquitectura del producto	Aprovecha los contenidos desarrollados en clase magistral.	43.2
8	S13 S14	2h 2h	Diseño industrial. Diseño para manufactura.¶	Construir, aplicar, experimentar y demostrar el diseño industrial y de manufactura del producto.	Valora la importancia de la información otorgada mediante técnicas participativas y trabajo en equipo	50.4
9	S15 S16	2h 2h	Diseño para manufactura. Construcción de prototipo	Construir, aplicar, experimentar y demostrar el diseño de la manufactura y construir el prototipo del producto	Valora la importancia de los conocimientos adquiridos con técnicas participativas y trabajo en equipo	57.6
10	S17 S18	2h 2h	Construcción de prototipo. Diseño robusto.	Construir, aplicar, experimentar y demostrar la construcción del prototipo del producto. Planifica y diseña el producto robusto	Cumplen con todos sus trabajos académicos, participan activamente mediante técnicas participativas.	64.8
11	S19 S20	2h 2h	Patentes y propiedad intelectual. Conocimiento del mercado: clave del éxito	Manejar, demostrar, registrar la patente, propiedad intelectual y buscar estrategias para el conocimiento del mercado.	Participa activamente a través del análisis documental bibliográfico	72
12	<b>SEGUNDA EVALUACION PARCIAL</b>					

### III UNIDAD

#### EVALUACIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS Y PLAN DE LANZAMIENTO DE NUEVOS PRODUCTOS

##### Capacidades:

Reestructura la revolución industrial y empresarial, en la economía nacional e internación del marketing de productos.

N° SEMANA	N° SESIÓN	N° HORAS	CONTENIDOS			% AVANCE
			CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL	
13	S21 S22	2h 2h	Exposición de alumnos	Exponer, manejar, utilizar y aplicar la teoría a la práctica empresarial	seminario	79.2
14	S23 S24	2h 2h	Exposición de alumnos	Exponer, manejar, utilizar y aplicar la teoría a la práctica empresarial	seminario	86.2
15	S25 S26	2h 2h	Entrega del trabajo de Investigación de desarrollo de nuevos productos	construir, aplicar, experimentar, elaborar, planificar, evaluar, analizar	Participa activamente del desarrollo de actividades en trabajo en equipo	93.4
16	S27 S28	2h 2h	construir, aplicar, experimentar, elaborar, planificar, evaluar, analiza	construir, aplicar, experimentar, elaborar, planificar, evaluar, analizar	Desarrolla sus trabajos académicos mediante trabajo en equipo	100
17			TERCERA EVALUACION			
18			EXAMEN COMPLEMENTARIO			

##### 6. ORIENTACIONES METODOLÓGICAS

Se desarrollará trabajos grupales, exposiciones sistemáticas, **será continua la investigación formativa** de acuerdo al logro de las competencias del contenido del syllabus

- En el desarrollo de la asignatura se hará uso de una metodología teórico-práctica en donde se priorizará la aplicación de los diferentes capítulos de la teoría, en resolución de ejercicios tipos.
- Para cada tema se desarrollará un proceso enseñanza aprendizaje considerando las etapas de **motivación**, donde el alumno entenderá la importancia del tema; **profundización**, donde el alumno adquirirá, a partir de los conocimientos previos del tema nuevos conocimientos; **Retrealimentación**, donde se reforzarán los conocimientos adquiridos sobre el tema; y

**evaluación**, donde se valorará la asimilación de los conocimientos y la efectividad de los métodos de enseñanza.

#### 7. MATERIALES EDUCATIVOS

- Del docente: Pizarra, plumones de colores, multimedia y Pcs
- Del alumno: Silabo de la asignatura, textos, Pc, hojas de prácticas, etc.

#### 8. SISTEMA DE EVALUACIÓN

La evaluación de la asignatura considera los conocimientos teóricos y habilidades prácticas.

Para que el estudiante sea evaluado debe registrar una asistencia no menor 70%.

Las evaluaciones teóricas serán tres; escritas, parciales, orales y de procesamiento.

#### **Las técnicas empleadas serán de la siguiente manera:**

Promedio de los exámenes teóricos

Intervenciones orales

Presentación de Monografías

Presentación de fichas, organizadores visuales

Exposiciones

Procedimientos prácticos

#### **La nota final se obtendrá de la siguiente manera:**

Promedio de los exámenes

Tarea académica

La escala de calificación es vigesimal de 0 a 20. La nota aprobatoria mínima es once (11).

La evaluación del proceso de aprendizaje consistirá en evaluarlos saberes y aprendizajes previos, los intereses, motivaciones, y estados de ánimo de los estudiantes, el ambiente y las relaciones interpersonales en el aula; los espacios y materiales y nuestros propios saberes (capacidades y aptitudes) de modo que permita hacer ajustes a la metodología, las organizaciones de los equipos, los materiales, etc.

Asimismo, la evaluación de los resultados de aprendizaje consistirá en evaluar las capacidades y actitudes, que será el resultado de lo que los estudiantes han logrado aprender durante toda la unidad. Este último será tanto individual como en equipo; es decir cada estudiante al final del curso deberá responder por sus propios conocimientos, deberá demostrar autonomía en su aprendizaje, pero también deberá demostrar capacidad para trabajar en equipo cooperativamente. Los exámenes serán de dos tipos: parciales y final.

El promedio de tarea académica (TA) es el resultado de 08 evaluaciones permanentes tomadas en clase: prácticas calificadas, exposiciones y procedimientos, también es el resultado de la evaluación valorativa: actitudes positivas, participación en clase, reflexiones y otros. Sin embargo, los exámenes parciales y final serán programados por la Universidad.

El alumno tiene derecho a una evaluación de rezagados, siendo necesario para ejercer su derecho tener una evaluación teórica.

El alumno tiene derecho a rendir examen complementario, cuando existen causales de salud, cuando haya tenido que representar a la Universidad, Facultad o Escuela, o por enfermedad grave o fallecimiento de familiar cercano; con la acreditación correspondiente.

La nota promedio del ciclo será el resultado de la siguiente ecuación:

**TA:** Promedio de tareas académica

EP1 :1ra evaluación parcial

$$NF = \frac{\overline{TA} + EP1 + EP2 + EF}{4}$$

EP2: 2da evaluación parcial

EF: Evaluación final

NF : Nota final

## 9. BIBLIOGRAFÍA

- Artículo de revista: Alejandro Borges y Justo Montero. La innovación como valor y factor de éxito. Harvard DeustoBusiness Review. España, N° 223, (Paginas 18 - 25). Mayo 2013.
- Libro: Schnarch Kirberg, Alejandro. (2001). Nuevo producto. Chile: MCGraw Hill.
- Artículo de revista: Roberto Fridmann. ¿En qué negocio está su empresa? Harvard Deusto Márketing & Ventas. España, N° 108, (Paginas 20 - 26). Ene/Feb 2012.
- Libro: Lerma Kirchner, Alejandro E. (2010). Desarrollo de nuevos productos. The USA: CENGAGE Learning
- Artículo de revista: Peter S. Cohan. ¿Es exportable la experiencia de SILICON VALLEY? Harvard Deusto Business Review. España, N° 223, (Paginas 50 - 58). Mayo 2013.
- Libro: Lerma Kirchner, Alejandro E. (2010). Desarrollo de nuevos productos. The USA: CENGAGE Learning.