

ASIGNATURA DE DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS

1. Competencias	Desarrollar y evaluar unidades estratégicas de negocios en mercados nacionales e internacionales, haciendo uso de modelos apegados a la legislación vigente y considerando las tendencias del entorno globalizado para contribuir a la consolidación y rentabilidad de las organizaciones
2. Cuatrimestre	Séptimo
3. Horas Teóricas	26
4. Horas Prácticas	64
5. Horas Totales	90
6. Horas Totales por Semana Cuatrimestre	6
7. Objetivo de aprendizaje	El alumno propondrá productos, haciendo uso de técnicas de creatividad, innovación y de desarrollo, software especializado así como el marco normativo aplicable para satisfacer necesidades en el mercado

Unidades de Aprendizaje	Horas		
	Teóricas	Prácticas	Totales
I. Introducción al desarrollo de nuevos productos	4	8	12
II. Técnicas de desarrollo de nuevos productos	10	25	35
III. Imagen y normatividad del producto	12	31	43
Totales	26	64	90

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Desarrollo e Innovación Empresarial	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	

DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS

UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de aprendizaje	I. Introducción al desarrollo de nuevos productos
2. Horas Teóricas	4
3. Horas Prácticas	8
4. Horas Totales	12
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno generará ideas para el desarrollo de nuevos productos.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Introducción a la creatividad e innovación	<p>Identificar los conceptos de creatividad e innovación y su importancia en el desarrollo de productos.</p> <p>Describir las técnicas de creatividad e innovación en el desarrollo de productos, su aplicación y objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Brainstorming - Los seis sombreros para pensar - Grupos de discusión - Analogía - SINECTICA - SCAMPER - Estimulación aleatoria - Libre asociación - Conexiones forzadas 	Generar ideas de nuevos productos	<p>Analítico</p> <p>Disciplinado</p> <p>Propositivo</p> <p>Responsable</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Capacidad de toma de decisiones</p> <p>Creativo</p> <p>Manejo de estrés</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Desarrollo e Innovación Empresarial	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Proceso de desarrollo de nuevos productos	Describir las etapas del proceso de desarrollo de nuevos productos: <ul style="list-style-type: none"> - Generación de ideas - Depuración de ideas - Desarrollo y prueba de conceptos - Desarrollo de estrategias de marketing - Análisis de negocio - Desarrollo de productos - Prueba de mercado - Comercialización 		Analítico Disciplinado Propositivo Uso de razonamiento lógico Trabajo en equipo

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Desarrollo e Innovación Empresarial	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	

DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>A partir de un ejercicio práctico de una necesidad detectada, elabora un reporte que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Generación y descripción de idea - Técnica de creatividad e innovación seleccionada y su justificación 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar el proceso de desarrollo de nuevos productos 2. Comprender los conceptos de creatividad e innovación, así como su importancia 3. Analizar las técnicas de creatividad e innovación en el desarrollo de productos, su aplicación y objetivo 	<p>Reporte</p> <p>Rúbrica</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Desarrollo e Innovación Empresarial	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	

DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Realización de trabajos de investigación Equipos colaborativos Análisis de casos	Internet Equipo de cómputo Equipo audiovisual Videos Cañón Pintarrón Materiales impresos: Revistas especializadas

ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Desarrollo e Innovación Empresarial	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	

DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS

UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de aprendizaje	II. Técnicas de desarrollo de nuevos productos
2. Horas Teóricas	10
3. Horas Prácticas	25
4. Horas Totales	35
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno diseñará prototipos de productos para su validación técnica.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Técnicas de depuración	<p>Describir las técnicas de depuración de ideas para nuevos productos, su proceso y aplicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - RGV - Tamizado de ideas - Análisis de costo-beneficio 	Evaluar ideas de desarrollo de nuevos productos	<p>Analítico Disciplinado Propositivo Responsable Trabajo en equipo Capacidad de toma de decisiones Creativo Manejo de estrés</p>
Técnica de resolución de problemas	<p>Describir la técnica de resolución de problemas (TRIZ), su proceso y aplicación</p>	Resolver problemas técnicos e inventivos de desarrollo de nuevos productos	<p>Analítico Disciplinado Propositivo Responsable Trabajo en equipo Capacidad de toma de decisiones Creativo Manejo de estrés</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Desarrollo e Innovación Empresarial	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Técnica de despliegue de la función de calidad	Describir la técnica de despliegue de la función de calidad (QFD), su proceso y aplicación	Proponer mejoras de calidad en el desarrollo de nuevos productos,	Analítico Disciplinado Propositivo Responsable Trabajo en equipo Capacidad de toma de decisiones Creativo Manejo de estrés
Técnicas de análisis funcional y de valor	<p>Describir la técnica de análisis funcional (FAST), su proceso y aplicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Obligatoria - Normal - Atractiva - Indiferente - Rechazo <p>Describir la técnica de valor (VA), su proceso y aplicación</p>	<p>Determinar la funcionalidad y valor del desarrollo de nuevos productos</p> <p>Estimar costos del desarrollo de nuevos</p>	Analítico Disciplinado Propositivo Responsable Trabajo en equipo Capacidad de toma de decisiones Creativo Manejo de estrés
Técnicas de realidad virtual no inmersiva y de prototipaje rápido	<p>Describir la técnica de realidad virtual (VR) no inmersiva, su proceso y aplicación</p> <p>Explicar el funcionamiento básico de software de diseño y modelado en 3D</p> <p>Describir la técnica de prototipaje rápido (RP), su proceso y aplicación</p>	Diseñar prototipos de productos empleando las técnicas VR y RP	Analítico Disciplinado Propositivo Responsable Trabajo en equipo Capacidad de toma de decisiones Creativo Manejo de estrés

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Desarrollo e Innovación Empresarial	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	

DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>A partir un ejercicio práctico de la generación de la idea de un nuevo producto, elabora un reporte que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Descripción de la técnica de depuración de ideas y su justificación - Resolución de problemas técnicos e inventivos - Descripción de la técnica de desarrollo de nuevos productos y su justificación - Análisis de calidad - Análisis de funcionalidad y de valor - Estimación de Costos - Prototipo del producto 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar las técnicas de depuración de ideas su metodología y aplicación 2. Identificar las técnicas de desarrollo de nuevos productos, su metodología y aplicación 3. Comprender el funcionamiento básico de software para diseño y modelado en 3D 4. Comprender la elaboración de prototipos rápidos de nuevos productos 	<p>Ejercicio práctico</p> <p>Rúbrica</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Desarrollo e Innovación Empresarial	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	

DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Aprendizaje basado en proyecto Discusión en grupo Realización de trabajos de investigación	Internet Equipo de cómputo Equipo audiovisual Videos Cañón Pintarrón Materiales impresos: Revistas especializadas Software de diseño y modelado en 3D

ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
	X	

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Desarrollo e Innovación Empresarial	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	

DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS

UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de aprendizaje	III. Imagen y normatividad del producto
2. Horas Teóricas	12
3. Horas Prácticas	31
4. Horas Totales	43
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno diseñará la imagen de nuevos productos para su introducción en el mercado

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Diseño de imagen	<p>Identificar los signos identificadores básicos del diseño de imagen y la comunicación publicitaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nombres - Logotipos: los monogramas y los imago tipos. - Carteles publicitarios - Aplicaciones de papelería: etiquetas y sellos. <p>Definir las condiciones de la creación de marcas: cliente, creación de nombre y presupuesto.</p> <p>Describir el proceso de la creación del logo, características y partes que lo conforman</p> <p>Explicar el funcionamiento de software de diseño de logos y aplicaciones web</p> <p>Identificar la normatividad vigente aplicable a productos</p>	Diseñar imágenes de nuevos productos	<p>Analítico</p> <p>Disciplinado</p> <p>Propositivo</p> <p>Responsable</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Capacidad de toma de decisiones</p> <p>Creativo</p> <p>Manejo de estrés</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Desarrollo e Innovación Empresarial	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser	
<p>Envase, empaque y embalaje</p>	<p>Reconocer los conceptos de envase, empaque y embalaje</p> <p>Describir el funcionamiento y características del envase:</p> <ul style="list-style-type: none"> - contener - conservar - vender - comunicar - distinguir - transportar <p>Explicar la importancia e impacto del diseño de envase, empaque y embalaje: análisis del mercado, innovación, necesidades del consumidor y ética en el envase.</p> <p>Identificar los factores que intervienen en el diseño de envase, empaque y embalaje: conocimiento del producto, consistencia, peso, flexibilidad, aroma, color, forma, dimensión y cantidad.</p>	<p>Proponer envase y empaque de productos</p>	<p>Analítico Disciplinado Propositivo Responsable Trabajo en equipo Capacidad de toma de decisiones Creativo Manejo de estrés</p>	
<p>ELABORÓ:</p>	<p>Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Desarrollo e Innovación Empresarial</p>	<p>REVISÓ:</p>	<p>Dirección Académica</p>	
<p>APROBÓ:</p>	<p>C. G. U. T. y P.</p>	<p>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</p>	<p>Septiembre de 2019</p>	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Diseño de imagen	<p>Identificar los signos identificadores básicos del diseño de imagen y la comunicación publicitaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nombres - Logotipos: los monogramas y los imago tipos. - Carteles publicitarios - Aplicaciones de papelería: etiquetas y sellos. <p>Definir las condiciones de la creación de marcas: cliente, creación de nombre y presupuesto.</p> <p>Describir el proceso de la creación del logo, características y partes que lo conforman</p> <p>Explicar el funcionamiento de software de diseño de logos y aplicaciones web</p> <p>Identificar la normatividad vigente aplicable a productos</p>	Diseñar imágenes de nuevos productos	<p>Analítico</p> <p>Disciplinado</p> <p>Propositivo</p> <p>Responsable</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Capacidad de toma de decisiones</p> <p>Creativo</p> <p>Manejo de estrés</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Desarrollo e Innovación Empresarial	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	

DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>A partir del prototipo de un nuevo producto, elabora un proyecto que contenga:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Imagen del producto: marca, logotipo y slogan. 2. Propuesta del envase y empaque. 3. Tipo de marca del negocio 4. Registro de la marca de acuerdo con la Ley de propiedad intelectual. 5. Conclusiones y recomendaciones. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar el proceso de diseño de imagen de producto, normatividad y uso de software especializado 2. Identificar los elementos del sistema de envase y embalaje y su proceso de diseño 3. Analizar los alcances de la Ley de Propiedad Industrial 4. Comprender los tipos de marca a registrar 	<p>Proyecto</p> <p>Rúbrica</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Desarrollo e Innovación Empresarial	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	

DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Aprendizaje basado en proyectos Equipos colaborativos Aprendizaje auxiliado en las tecnologías de la información	Internet Equipo de cómputo Equipo audiovisual Videos Cañón Pintarrón Materiales impresos Software especializado

ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
	X	

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Desarrollo e Innovación Empresarial	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	

DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS

CAPACIDADES DERIVADAS DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Capacidad	Criterios de Desempeño
Elaborar estudios de mercado aplicando metodologías que definan la factibilidad del plan, con base en las condiciones de la oferta y demanda para determinar estrategias de mercadotecnia.	<p>Entrega un estudio de mercado que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Análisis de recursos propios y disponibles - Análisis de expectativas y actitudes del público objetivo - Análisis del sector y del mercado de referencia - Índice de saturación del mercado - Análisis socioeconómico del mercado - Expectativas del mercado y ciclo de vida del producto - Análisis estratégico de la competencia - Investigación de mercados del producto - Determinación del mercado meta - Prototipo del producto
Diseñar planes de negocios a través de los resultados obtenidos en los estudios mercadológicos, técnicos y financieros, empleando técnicas administrativas y de investigación para determinar su viabilidad.	<p>Presenta plan de negocio que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Portada - Resumen ejecutivo - Índice - Introducción - Definición del negocio: descripción del negocio, ventajas competitivas, mercado objetivo y filosofía organizacional - Organización del negocio: marco legal, estructura organizacional y descripción de puestos - Estudio de mercado - Estudio técnico - Estudio financiero - Propuesta de estrategias de mercadotecnia - Cronograma de actividades

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Desarrollo e Innovación Empresarial	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	

Capacidad	Criterios de Desempeño
<p>Gestionar trámites legales de las unidades de negocios con base al tipo de empresa y mercado, así como el marco normativo aplicable para su apertura y operación.</p>	<p>Elabora un reporte de los trámites legales de las unidades de negocio que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Registro federal de contribuyentes - Acta constitutiva y su justificación - Registro de nombre comercial, marca y producto ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial - Permisos aplicables al producto - Registro ante el IMSS e INFONAVIT
<p>Coordinar la operación de las unidades de negocio a partir de la determinación de los procedimientos y estrategias de control de recursos materiales y financieros para el cumplimiento de los objetivos</p>	<p>Elabora un informe de la operación de unidades de negocios que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plan de trabajo - Asignación de funciones - Elaboración de procedimientos - Propuesta de control de recursos - Diseño de instrumentos para verificación - Plan de contingencias: aprovisionamiento, mercadológico así como de producción y/u operación
<p>Evaluar unidades de negocio a partir de la determinación de indicadores de desempeño y herramientas de control para generar estrategias de mejora continua.</p>	<p>Elabora un reporte de desempeño que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Formulación de indicadores - Diseño de herramientas de control y seguimiento, así como su justificación - Medición del desempeño - Propuesta de estrategias de mejora continua - Recomendaciones

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Desarrollo e Innovación Empresarial	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	

DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
Kotler, Philip	2016	<i>Fundamentos de Marketing</i>	Distrito Federal	México	Pearson Education ISBN: 9786073238458
Roulet, Bernard	2015	<i>Neuromarketing</i>	Distrito Federal	México	Trillas ISBN: 6071723248
Peng, mike W.	2015	<i>Estrategia Global</i>	Distrito Federal	México	CENGAGE LEARNING ISBN: 9786075198781
Knudson, Richard	2012	<i>BUILDING BUSINESS WITH CRM</i>	Boston	Estados Unidos de América	We Speak You Learn, LLC ISBN: 0981511848
Fischer, Laura	2011	<i>Mercadotecnia</i>	Distrito Federal	México	McGraww-Hill ISBN: 9786071505392

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Licenciatura en Desarrollo e Innovación Empresarial	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2019	