UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE: Mercadotecnia

MODALIDAD PRESENCIAL

SÍLABO

INNOVACION Y DESARROLLO DE PRODUCTOS

NIVEL

SEXTO

AMBATO - ECUADOR
2026

I. INFORMACIÓN GENERAL

<table>
<tr><td colspan="3">Nombre de la asignatura
INNOVACION Y DESARROLLO DE PRODUCTOS
Carrera
Mercadotecnia</td></tr>
<tr><td>Código UTA-FCA-MT-MP-UP-06-02</td><td colspan="2">PRERREQUISITOS</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Modalidad
PRESENCIAL</td><td>Asignatura</td><td>Código</td></tr>
<tr><td>INVESTIGACION DE MERCADO IIII</td><td>UTA-FCA-MT-MP-UP-05-02</td></tr>
<tr><td colspan="3">Unidad organizacional curricular
PROFESIONAL</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Créditos/Horas
5
Nivel
SEXTO</td><td colspan="2">CORREQUISITOS</td></tr>
<tr><td>Asignatura</td><td>Código</td></tr>
<tr><td>ADMINISTRACIÓN DE LA CADENA DE ABASTECIMIENTO</td><td>UTA-FCA-MT-MP-UP-06-03</td></tr>
<tr><td colspan="3">CARGA HORARIA</td></tr>
<tr><td>Componente de aprendizaje en contacto con el docente por semana
5</td><td>Componente de aprendizaje en contacto con el docente por ciclo académico
80</td><td>Componente de aprendizaje práctico experimental, componente de aprendizaje autónomo
160</td></tr>
<tr><td>Horas de tutoría académica semanales
1</td><td>Horas de tutoría presenciales por ciclo académico
16</td><td>Horas de tutorías virtuales por ciclo académico
0</td></tr>
</table>

TOTAL DE HORAS DE APRENDIZAJE EN EL CICLO DE ESTUDIOS

Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semanal	5
Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral	80
Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo	160
TOTAL DE HORAS AL SEMESTRE (Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral + Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo.)	240

III DESCRIPCIÓN Y OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Propósito El Propósito de la asignatura Innovación y Desarrollo de Productos será identificar y aplicar los procesos de creatividad, innovación y marketing; verificando que son conceptos normalmente analizados por separado, pero haciendo hincapié en que no solo están integrados, sino que constituyen una unidad al planear la creación, el desarrollo y el lanzamiento de nuevos productos y servicios al mercado, ya sea en una empresa establecida o creando una nueva para tal efecto.

Descripción de la asignatura La asignatura Innovación y Desarrollo de Productos se estructura en 5 unidades donde el estudiante: 1. Define los atributos del producto y su impacto en la satisfacción del mercado, desarrollando comunicación asertiva.2 Analiza las etapas del proceso de diseño de productos, considerando las características del mercado a través del trabajo en equipo. 3. Explica el proceso de desarrollo y creación de nuevos productos, desarrollando estrategias innovadoras y efectivas, fomentando el pensamiento crítico. 4. Distingue los principios de la ingeniería del empaque y los elementos clave del marketing, fomentando el pensamiento crítico. 5. Reconoce los aspectos de la Propiedad Intelectual en el Desarrollo de Productos con la presentación de un prototipo alineado con las características del mercado, promoviendo la responsabilidad profesional. La metodología de enseñanza: Método expositivo. Se pretende desarrollar la capacidad de síntesis mediante la elaboración de un prototipo que satisfaga los deseos de los consumidores potenciales, respetando la ética en el ámbito profesional y ambiental.

Objetivo general de la asignatura Desarrollar la capacidad de síntesis mediante la elaboración de un prototipo que satisfaga los deseos de los consumidores potenciales, respetando la ética en el ámbito profesional y ambiental.

Objetivos específicos de la asignatura

1.-Definir los atributos del producto y su impacto en la satisfacción del mercado, desarrollando comunicación asertiva.

2.-Analizar las etapas del proceso de diseño de productos, considerando las características del mercado a través del trabajo en equipo.

3.-Explicar el proceso de desarrollo y creación de nuevos productos, desarrollando estrategias innovadoras y efectivas, fomentando el pensamiento critico.

4.-Distinguir los principios de la ingeniería del empaque y los elementos clave del marketing, fomentando el pensamiento crítico.

5.-Reconocer los aspectos de la Propiedad Intelectual en el Desarrollo de Productos con la presentación de un prototipo alineado con las características del mercado, promoviendo la responsabilidad profesional.

NOTA: Las horas de tutoría académica no se suman, por lo tanto no se incluyen dentro de las horas totales del semestre

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.1	Definir los atributos del producto y su impacto en la satisfacción del mercado, desarrollando comunicación asertiva.			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
1.1.- Concepto definición y elementos de producto	4	0	8	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
1.2.- Elementos que caracterizan la personalización del producto	8	16	0	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
SUBTOTAL HORAS	12	16	8	**TOTAL HORAS:** 36

Resultados de aprendizaje: Identifica los atributos clave de un producto y el impacto en la satisfacción del mercado comunicando efectivamente sus análisis y propuestas
Metodología de enseñanza : -
Estrategias educativas : Talleres, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Marcadores, Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento
Habilidades Blandas : Comunicación asertiva

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.2	Analizar las etapas del proceso de diseño de productos, considerando las características del mercado a través del trabajo en equipo.			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
2.1.- Establecimiento de líneas y gamas de productos	4	0	8	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
2.2.- ¿Qué es un producto nuevo? Importancia de los nuevos productos	10	16	4	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
2.3.- Categorías distintas de nuevos productos	4	0	8	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
SUBTOTAL HORAS	18	16	20	**TOTAL HORAS:** 54

Resultados de aprendizaje: Examina las etapas del proceso de diseño de productos, considerando las características del mercado, y colaborar eficazmente en equipo para proponer soluciones innovadoras.
Metodología de enseñanza : -
Estrategias educativas : Talleres, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Marcadores, Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.3	Explicar el proceso de desarrollo y creación de nuevos productos, desarrollando estrategias innovadoras y efectivas, fomentando el pensamiento critico.			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
3.1.- Estrategias para la producción de nuevos productos	4	0	8	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
3.2.- Marca, etiqueta y empaque para nuevos productos	8	16	0	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
3.3.- Responsabilidad en el desarrollo de nuevos productos	3	0	6	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
SUBTOTAL HORAS	15	16	14	**TOTAL HORAS:** 45

Resultados de aprendizaje: Presenta el proceso de desarrollo y creación de nuevos productos, formulando estrategias innovadoras y efectivas, demostrando creatividad con soluciones adaptadas a las necesidades del mercado.
Metodología de enseñanza : -
Estrategias educativas : Talleres, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Marcadores, Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento
Habilidades Blandas : Adaptabilidad

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.4	Distinguir los principios de la ingeniería del empaque y los elementos clave del marketing, fomentando el pensamiento crítico.			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
4.1.- Proceso de innovación enfocado en el desarrollo de nuevos productos, etapas	8	16	0	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
4.2.- Construcción de prototipo, diseño definitivo y comercialización	7	0	14	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
4.3.- Pasos para empezar un nuevo negocio	4	0	8	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
SUBTOTAL HORAS	19	16	22	**TOTAL HORAS:** 57

Resultados de aprendizaje: Reconoce los principios fundamentales de la ingeniería del empaque y los elementos clave del marketing, aplicando el pensamiento crítico para evaluar su integración en la creación de productos efectivos.
Metodología de enseñanza : -
Estrategias educativas : Talleres, Lectura, análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Marcadores, Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial
Habilidades Blandas : Pensamiento crítico

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.5	Reconocer los aspectos de la Propiedad Intelectual en el Desarrollo de Productos con la presentación de un prototipo alineado con las características del mercado, promoviendo la responsabilidad profesional.			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
5.1.- Qué es la Propiedad Intelectual	4	0	8	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
5.2.- ¿Qué son los derechos de propiedad intelectual?	4	0	8	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
5.3.- Qué es una patente, Qué invenciones puede proteger la patente	8	16	0	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
SUBTOTAL HORAS	16	16	16	**TOTAL HORAS:** 48

Resultados de aprendizaje: Investiga los aspectos clave de la propiedad intelectual en el desarrollo de productos, presentando un prototipo alineado con las características del mercado, y demostrando responsabilidad profesional en la protección y gestión de la propiedad intelectual.
Metodología de enseñanza : -
Estrategias educativas : Talleres, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Marcadores, Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento
Habilidades Blandas : Responsabilidad

V ESCENARIOS DE APRENDIZAJE (REAL, VIRTUAL, ÁULICO)

El desarrollo de los escenarios educativos, se forja en distintos ambientes, entre ellos las aulas de clase en donde se prioriza los contenidos basados en autores especialistas en la materia, que permiten ejercitar las vivencias, caracterÃsticas y experiencias de los actores educativos que son sustantivas para su identidad. La propuesta de los nuevos modelos educativos en la actualidad debe evidenciar en sus currÃculos procesos de contextualizaciÃ³n del conocimiento que promuevan aprendizajes significativos desde fijadas en los sujetos que aprenden, rescatando las matices que van emergiendo de la subjetividad y sus rasgos culturales (Larrea, 2012). Ã¡ulico: Las actividades a desarrollar en el aula de clase con relaciÃ³n al proceso de enseÃ±anza-aprendizaje, estarÃ¡ relacionada a conferencias, clase magistral, foros, debates se realizarÃ¡n en el aula y con participaciÃ³n de los seÃ±ores estudiantes en forma presencial. Real : Se utiliza un mÃ©todo expositivo, y estrategias educativas que permitan analizar la informaciÃ³n para poder verificar la estructura del proceso realizado y poder tomar de decisiones de clases prÃ¡cticas y seminarios en un ambiente mÃ¡s prÃ¡ctico donde se puede constatar la aplicaciÃ³n de los conocimientos adquiridos, en las empresas. Virtual : Aplicando el uso de las TecnologÃas de la InformaciÃ³n y la ComunicaciÃ³n, concretados en la ejecuciÃ³n y funcionamiento del aula virtual de con la finalidad de proporcionar a los estudiantes de la utilizaciÃ³n de este recurso que faciliten su proceso de aprendizaje, con los foros, debates y descarga y enviÃ³ de tareas con un lÃmite de tiempo y el desarrollo de evaluaciones

Aprobado

VI CRITERIOS NORMATIVOS PARA LA EVALUACIÓN

Objetivos específicos	Evaluación diagnóstica (Conocimientos previos)	Evaluación formativa (Grado de logro de destrezas)	Evaluación sumativa (valorar los objetivos generales alcanzados y el logro de destrezas)
1.- Definir los atributos del producto y su impacto en la satisfacción del mercado, desarrollando comunicación asertiva.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Evaluación mediante la aplicación de reactivos Unidad I
2.- Analizar las etapas del proceso de diseño de productos, considerando las características del mercado a través del trabajo en equipo.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Evaluación aplicación de reactivos unidad II
3.- Explicar el proceso de desarrollo y creación de nuevos productos, desarrollando estrategias innovadoras y efectivas, fomentando el pensamiento critico.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Evaluación mediante la aplicación de reactivos Unidad III
4.- Distinguir los principios de la ingeniería del empaque y los elementos clave del marketing, fomentando el pensamiento crítico.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Evaluación aplicación de reactivos de la Unidad IV
5.- Reconocer los aspectos de la Propiedad Intelectual en el Desarrollo de Productos con la presentación de un prototipo alineado con las características del mercado, promoviendo la responsabilidad profesional.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Evaluación aplicación de reactivos Unidad V

VII BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Maldonado Pinto, Jorge Enrique		Gerencia de innovación	1a edición			1	163 páginas	Físico
Código/Ubicación base de datos:	BCAA07393							
Comentario:	La innovación juega un papel relevante en el funcionamiento de la empresa. BIBLIOGRAFÍA CONTEMPORÁNEA							
URL:								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
París, José Antonio	2018	Diseño esencial: desarrollo mercadológico de nuevos productos y servicios	1	Nobuko	Argentina Buenos Aires	1	388	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	Se presenta las bases esenciales del desarrollo de nuevos productos y servicios. BIBLIOGRAFÍA CONTEMPORÁNEA							
URL:	https://0x102o9nj-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/lc/uta/titulos/176283							

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Schnarch Kirberg, Alejandro	2021	Desarrollo de nuevos productos y empresas:	7a edición	McGraw Hill	México	2	334 páginas	Físico
Código/Ubicación base de datos:	BCAA07279							
Comentario:	Este libro permitirá a los estudiantes desarrollar competencias necesarias para el desarrollo de productos. BIBLIOGRAFÍA CONTEMPORÁNEA							
URL:								

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Mejía Trejo, Juan	2023	Desarrollo de nuevos productos y servicios: una guía práctica para su diseño e implementación	1	Academia Mexicana de Investigación y Docencia en Innovación (AMIDI)	Mexico Jalisco	1	559	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	Describe las principales herramientas de creatividad e innovación para desarrollar un nuevo producto y/o servicio. BIBLIOGRAFÍA CONTEMPORÁNEA							
URL:	https://0x102o9nj-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/lc/uta/titulos/227930							

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Rodríguez Devis, Julio Mario		Complejidad e innovación:	1a edición			1	273 páginas	Físico
Código/Ubicación base de datos:	BCAA07391							
Comentario:	Permite descubrir la complejidad de la organización generadora de innovaciones. BIBLIOGRAFÍA CONTEMPORÁNEA							
URL:								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Armstrong; Gary	2011	Introducción al marketing	3a edición	Pearson Educación	Madrid	3	415 páginas	Físico
Código/Ubicación base de datos:	BCAA06020							
Comentario:	Analizar los métodos de investigación y las necesidades del mercado que permitan la recopilación de la información necesaria para la presentación y la caracterización del desarrollar nuevos productos. BIBLIOGRAFIA CLÁSICA							
URL:								