UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE: Administración de Empresas

MODALIDAD PRESENCIAL

SÍLABO

DISEÑO, DESARROLLO Y GESTION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

NIVEL

SÉPTIMO

AMBATO - ECUADOR
2026

I. INFORMACIÓN GENERAL

<table>
<tr><td colspan="3">Nombre de la asignatura
DISEÑO, DESARROLLO Y GESTION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
Carrera
Administración de Empresas</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Código UTA-FCA-AE-MP-UP-07-04</td><td colspan="2">PRERREQUISITOS</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Modalidad
PRESENCIAL</td><td>Asignatura</td><td>Código</td></tr>
<tr><td>ADMINISTRACION DE OPERACIONES</td><td>UTA-FCA-AE-MP-UP-06-03</td></tr>
<tr><td colspan="3">Unidad organizacional curricular
PROFESIONAL</td></tr>
<tr><td rowspan="4">Créditos/Horas
2
Nivel
SÉPTIMO</td><td colspan="2">CORREQUISITOS</td></tr>
<tr><td>Asignatura</td><td>Código</td></tr>
<tr><td>METODOS CUANTITATIVOS Y TOMA DE DECISIONES</td><td>UTA-FCA-AE-MP-UP-07-02</td></tr>
<tr><td>DISEÑO DE PROYECTOS</td><td>UTA-FCA-AE-MP-UP-07-05</td></tr>
<tr><td colspan="3">CARGA HORARIA</td></tr>
<tr><td>Componente de aprendizaje en contacto con el docente por semana
2</td><td>Componente de aprendizaje en contacto con el docente por ciclo académico
32</td><td>Componente de aprendizaje práctico experimental, componente de aprendizaje autónomo
64</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	2
Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral	32
Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo	64
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.)	96

III DESCRIPCIÓN Y OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Propósito El Propósito de la asignatura Diseño, Desarrollo de Productos y Gestión de Productos y Servicios es identificar y aplicar los procesos de creatividad e innovación, analizando la fundamentación teórica para integrar cada aspecto en el diseño, desarrollo y gestión de productos y servicios, a partir de su planeación, 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, aplicando en todos los procesos habilidades interpersonales.

Descripción de la asignatura La asignatura Diseño, Desarrollo de Productos y Gestión de Productos y Servicios se estructura en 5 unidades curriculares relacionadas con: 1) Define las principales dimesiones del producto y del servicio con la finalidad de satisfacer las necesidades del mercado, 2) Desarrolla capacidades para la creatividad e innovación de productos y servicios para el fortalecimiento de la competitividad empresarial, 3) Analiza la Ingeniería de productos y servicios y la gestión de marca, para la innovación sostenible en la empresa, 4) Establece estrategias del ciclo de vida del producto/servicio con el fin de adaptarse a las demandas del mercado, 5) Aplica el lanzamiento del producto/servicio para promover la creación de valor empresarial. La metodología de enseñanza es a través del método expositivo. las estrategias educativas se aplican a trabajos y exposiciones. lectura, análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, talleres, individuales y grupales. Recursos didácticos: Internet, tecnología de aprendizaje y conocimiento, inteligencia artificial. El resultado de aprendizaje gestiona nuevos productos/servicios, con enfoque innovador para satisfacer las necesidades, expectativas y tendencias del mercado, para contribuir con el sistema de innovación social.

Objetivo general de la asignatura Desarrollar la capacidad de síntesis mediante la elaboración de un prototipo en el caso de productos y estrategias de entrega de servicios que satisfaga los deseos de los consumidores potenciales, respetando la ética en el ámbito profesional y ambiental con habilidades interpersonales.

Objetivos específicos de la asignatura

1.-Definir las principales dimensiones del producto y del servicio con la finalidad de satisfacer las necesidades del mercado

2.-Desarrollar capacidades para la creatividad e innovación de productos y servicios para el fortalecimiento de la competitividad empresarial

3.-Analizar la Ingeniería de productos y servicios y la gestión de marca, para la innovación sostenible en la empresa

4.-Establecer estrategias del ciclo de vida del producto/servicio con el fin de adaptarse a las demandas del entorno

5.-Aplicar el lanzamiento del producto/servicio para promover la creación de valor empresarial

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 las principales dimensiones del producto y del servicio con la finalidad de satisfacer las necesidades del mercado			
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, elementos del producto y servicio	1	0	2	Pruebas de Diagnostico Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
1.2.- Elementos que caracterizan la personalización del producto y servicio	3	4	2	Trabajos y ejercicios en clases
SUBTOTAL HORAS	4	4	4	**TOTAL HORAS:** 12

Resultados de aprendizaje: Define las principales dimensiones de un producto o servicio a través de la determinación de la característica y elementos comprendiendo la importancia del trabajo en equipo.
Metodología de enseñanza : -
Estrategias educativas : Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.2	Desarrollar capacidades para la creatividad e innovación de productos y servicios para el fortalecimiento de la competitividad empresarial			
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.- Creatividad e innovación. Requisitos para la creatividad.	1	0	2	Trabajos escritos
2.2.- Obstáculos para la creatividad. Técnicas para la creatividad.	1	0	2	Trabajos y ejercicios en clases
2.3.- Gestión de la innovación. Tipos de innovación de productos y servicios.	5	8	2	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
SUBTOTAL HORAS	7	8	6	**TOTAL HORAS:** 21

Resultados de aprendizaje: Desarrolla las capacidades para la creatividad e innovación de productos y servicios mediante instrumentos disruptivos
Metodología de enseñanza : -
Estrategias educativas : Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.3	Analizar la Ingeniería de productos y servicios y la gestión de marca, para la innovación sostenible en la empresa			
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.- Diseño de productos/servicios y marca.	1	0	2	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
3.2.- Desarrollo de productos/servicios y marca.	1	0	2	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
3.3.- Gestión de productos/servicios y marca.	5	8	2	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases
SUBTOTAL HORAS	7	8	6	**TOTAL HORAS:** 21

Resultados de aprendizaje: Analiza la ingeniería de productos y servicios y la gestión de marca mediante el enfoque y la caracterización de los procesos y las propuestas de valor
Metodología de enseñanza : -
Estrategias educativas : Talleres
Recursos didácticos : Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.4	Establecer estrategias del ciclo de vida del producto/servicio con el fin de adaptarse a las demandas del entorno			
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.- Ciclo de vida del producto y servicio	1	0	2	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
4.2.- Estrategias del ciclo de vida del producto y servicio	1	0	2	Trabajos escritos
4.3.- Variables que analiza el ciclo de vida del producto/servicio	1	0	2	Trabajos escritos
4.4.- Desarrollo de las estrategias del ciclo de vida del producto/servicio	5	6	4	Trabajos escritos
SUBTOTAL HORAS	8	6	10	**TOTAL HORAS:** 24

Resultados de aprendizaje: Establece estrategias del ciclo de vida del producto/servicio mediante un enfoque de sostenibilidad
Metodología de enseñanza : -
Estrategias educativas : Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.5	Aplicar el lanzamiento del producto/servicio para promover la creación de valor empresarial			
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.- Lanzamiento del nuevo producto/servicio al mercado.	1	0	2	Trabajos escritos
5.2.- Elementos para el lanzamiento de nuevos productos/servicios	1	0	2	Trabajos escritos
5.3.- Métodos para el lanzamiento de nuevos productos/servicios	4	6	2	Trabajos escritos
SUBTOTAL HORAS	6	6	6	**TOTAL HORAS:** 18

Resultados de aprendizaje: Aplica estrategias y mecanismos para el lanzamiento del producto/servicio en una empresa con pertinencia a los retos y desafíos de la sociedad
Metodología de enseñanza : -
Estrategias educativas : Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo

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 cognoscitivos, 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). En este escenario de aprendizaje se incluirÃ¡ el desarrollo de habilidades blandas como son: la escucha activa, adaptabilidad, empatÃa, responsabilidad, trabajo en equipo y la comunicaciÃ³n asertiva.

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 las principales dimensiones del producto y del servicio con la finalidad de satisfacer las necesidades del mercado	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Prueba de la unidad
2.- Desarrollar capacidades para la creatividad e innovación de productos y servicios para el fortalecimiento de la competitividad empresarial	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Prueba de la unidad
3.- Analizar la Ingeniería de productos y servicios y la gestión de marca, para la innovación sostenible en la empresa	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Prueba de la unidad
4.- Establecer estrategias del ciclo de vida del producto/servicio con el fin de adaptarse a las demandas del entorno	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Prueba de la unidad
5.- Aplicar el lanzamiento del producto/servicio para promover la creación de valor empresarial	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Prueba de la unidad

VII BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Lerma Kirchner; Alejandro E.	2017	Desarrollo de productos:	5a edición	Cengage Learning	México	6	367 páginas	Físico
Código/Ubicación base de datos:	BCAA06618							
Comentario:	El libro contiene aspectos relevantes del desarrollo de productos (Bibliografía contemporánea)							
URL:								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Fernández, Pablo; Bajac, Héctor	2004	La gestión del marketing principios y aplicaciones para la actividad gerencial	1	Granica	Argentina Buenos Aires	1	500 p.	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	Se presenta aspectos importantes sobre la tendencia de los servicios. (Bibliografía clásica)							
URL:	https://0x102ppjs-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/66649							

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Schnarch Kirberg, Alejandro	2014	Desarrollo de nuevos productos:	6a edición	McGraw Hill Interamericana,	Bogotá Colombia	2	410 páginas,	Físico
Código/Ubicación base de datos:	BCAA06362							
Comentario:	Se presenta en el texto aspectos innovadores para el desarrollo de nuevos productos (Bibliográfia clásica).							
URL:								

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Ulrich; Karl T.	2013	Diseño y desarrollo de productos	5a edición	McGraw-Hill,	México; Distrito Federal México	4	409 páginas;	Físico
Código/Ubicación base de datos:	BCAA05978							
Comentario:	El libro aporta al conocimiento sobre el diseño de productos innovadores. (Bibliografía Clásica).							
URL:								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Fábrega, Fabián Gabriel	2017	Creavitidad en el deber, en el querer y en el hacer	1	Editorial Brujas	Argentina Argentina	1	220	Digital
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	El libro presenta casos en la construcción de productos o servicios a partir de la creatividad (Bibliografía contemporánea)							
URL:	https://0x102ppjs-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/78822							

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Mejia, Trejo Juan	2023	Desarrollo de Nuevos productos y servicios	1	Academia Mexicana de Investigación y Docencia en Innovación	Mexico Jalisco	1	559	Digital
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	El libro contiene elementos importantes sobre los productos y servicios, el desarrollo de la marcas y signos distintivos (Bibliografía contemporánea)							
URL:	https://0x102ppoj-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/227930							