



## ASIGNATURA: DESARROLLO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

### 1. IDENTIFICACIÓN

**Nombre del Curso:** Desarrollo de Productos y Servicios

**Código:** 300ANM004

**Tipo de Curso:** Énfasis – Opción Complementaria

**Créditos Académicos:** 3

**Número de horas:** 48 en trabajo presencial + 96 en trabajo independiente = 144 en total

**Prerrequisitos:** Fundamentos de Mercadeo, Costos, Investigación de Mercados

**Conceptos clave:**

Mercadeo, Focus Group, Demanda, Línea de Productos, Grupo Objetivo, Cronogramas, Prototipos, Costeo, Precios, Volumen de Mercado, Participación de Mercado, Licencias, Registros, Usuarios Potenciales, Etiqueta, Brief, Logotipo, Slogan, Posicionamiento, Medios.

**Departamento:** Gestión de Organizaciones

**Campo de Conocimiento:** Mercadeo

**Formato de Circulación:** Digital e impreso

### 2. INTRODUCCIÓN

La asignatura permite una integración de los fundamentos de mercadeo así como de los procesos de investigación cualitativa y cuantitativa. Igualmente se relaciona con conceptos financieros y de costos, en la medida en que el estudiante, además de construir la estrategia de desarrollo y lanzamiento al mercado del producto escogido, debe establecer su viabilidad financiera mediante el cálculo de los costos involucrados y la construcción de estados financieros para el proyecto desarrollado.

Durante el curso el estudiante identifica un producto (bien o servicio) que responda a una necesidad de mercado para la cual no existe respuesta adecuada con los productos existentes. Para ello sigue el paso a paso del respectivo proceso desde la concepción de la idea hasta el lanzamiento del producto al mercado.

### 3. JUSTIFICACIÓN

<b>Elaborado:</b> Maria Isabel Quintero P.– Maria Cecilia Henriquez D. Fecha: Marzo 2009	<b>Revisado:</b> Comité de Departamento Gestión de Organizaciones Fecha: 4 de Mayo de 2009	<b>Aprobado:</b> Director Departamento Gestión de Organizaciones Fecha:
---	---	--



La necesidad de innovar de manera permanente y responder a nuevas oportunidades de mercado hace cada vez más importante conocer toda la dinámica del desarrollo de nuevos productos, de tal forma que se identifiquen aquellos aspectos donde se presentan los mayores riesgos y puedan establecerse medidas de control que lleven a las empresas y a reducir la incertidumbre y lograr la permanencia de los nuevos productos en el mercado. Esta materia es un aporte también para aquellas personas que quieran montar su propio negocio y mantenerlo como un proyecto de vida.

#### 4. OBJETIVO

Dar al estudiante una visión completa del proceso de Desarrollo de un Producto o Servicio desde la óptica del Mercadeo, motivándolo a ser creativo, a generar ideas nuevas, brindando los elementos conceptuales, metodológicos y actitudinales necesarios para la comprensión del proceso a seguir para lanzar al mercado productos exitosos.

#### 5. COMPETENCIAS A DESARROLLAR:

Los contenidos específicos de la asignatura, al tiempo que contribuyen en la formación de las competencias generales definidas en el perfil del egresado de la PUJ Cali, aportan al estudiantes los elementos e conocimiento ( conceptuales, metodológicos y actitudinales) necesarios para alcanzar las siguientes competencias:

##### Competencias cognitivas:

##### ▪ Interpretativas:

- ↳ Comprender y analizar resultados de investigaciones de mercado y su importancia para la toma de decisiones.
- ↳ Entender el qué, el por qué y el para qué una estrategia de medios.
- ↳ Interpretar las necesidades del mercado como una oportunidad para generar ingresos.

##### ▪ Argumentativas:

- ↳ Explicar los conceptos de mercadeo.
- ↳ Explicar los elementos de un presupuesto de medios y su aplicación.
- ↳ Justificar los requisitos de la Legislación para colocar un producto en el Mercado.

##### ▪ Propositivas:

- ↳ Identificar y diseñar productos o servicios que satisfagan necesidades del mercado y que sean financieramente viables
- ↳ Integrar los conocimientos de la asignatura con conocimientos previos adquiridos en otras de la misma área ó de otras áreas afines y complementarias

Elaborado: Maria Isabel Quintero P.– Maria Cecilia Henriquez D. Fecha: Marzo 2009	Revisado: Comité de Departamento Gestión de Organizaciones Fecha: 4 de Mayo de 2009	Aprobado: Director Departamento Gestión de Organizaciones Fecha:
--	--	---



### **Competencias Laborales:**

↳ Estructurar un plan de desarrollo y lanzamiento de nuevos productos y servicios en la empresa.

### **Competencias Axiológicas:**

Los contenidos de la asignatura, las estrategias didácticas y la orientación del docente, contribuirán, además, a desarrollar en el estudiante, las siguientes capacidades de comportamiento, necesarias en el entorno en que llevará a cabo su futuro desempeño laboral:

- ↳ Desarrollar las acciones propias de su desempeño y compromiso organizacional en el marco de los valores y principios sociales fundamentales.
- ↳ Proceder con equidad en todas sus actuaciones dentro y fuera de una organización.
- ↳ Acatar la legislación, normas y reglas que aseguren el mantenimiento de una interacción respetuosa y mutuamente beneficiosa con todos los colaboradores de cualquier organización

### **Competencias Generales:**

Además de las competencias anteriores, esta asignatura contribuirá al desarrollo de las siguientes competencias generales:

Creatividad, Iniciativa y Espíritu Emprendedor son las principales competencias que se desarrollan con ésta asignatura, además de proactividad, capacidad de trabajar en equipo, Comunicación oral y escrita en la propia lengua, Liderazgo, Capacidad de integración de conocimientos, Responsabilidad social y ética, Contextualización, Toma de decisiones responsable, Pensamiento Estratégico, y orientación al logro.

## **6. PRESENTACIÓN DE UNIDADES**

### **1 Generación de Ideas:**

- 1.1 Check List para el Desarrollo de un nuevo producto o servicio
- 1.2 Análisis de Necesidades del Mercado

### **2 Análisis de Negocios**

- 2.1 Test de Clasificación
- 2.2 Test de Evaluación
- 2.3 Concepto del Producto
- 2.4 Tamaño del Mercado

### **3 Desarrollo del Producto o Servicio**

- 3.1 Prueba de Concepto.
- 3.2 Prototipo
- 3.3 Cronograma
- 3.4 Costeo

Elaborado:  Maria Isabel Quintero P.– Maria Cecilia Henriquez D. Fecha: Marzo 2009	Revisado:  Comité de Departamento Gestión de Organizaciones Fecha: 4 de Mayo de 2009	Aprobado:  Director Departamento Gestión de Organizaciones Fecha:
--	--	---



#### 4 Prueba de Productos o Servicios

- 4.1 Investigación Cuantitativa
- 4.2 Estados Financieros
- 4.3 Requisitos Legales

#### 5 Lanzamientos

- 5.1 Brief de Comunicación
- 5.2 Presupuesto de Medios
- 5.3 Actividad de Lanzamiento

### 7. METODOLOGÍA:

La metodología del curso está basada en exposiciones magistrales, por parte del docente, presentando los conceptos clave de cada tema. Se conforman equipos para resolver talleres relacionados con el producto / servicio escogido y un trabajo final que plasma los aspectos básicos en ese proceso. Se realiza el lanzamiento de los productos al final del curso, en donde cada grupo expone su propuesta y las estrategias de mercadeo respectivas.

### 8. SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Tipo de Evaluación	Frecuencia	Valor unitario	Valor total
Examen parcial (individual)	Dos (2)	15%	30%
Examen final individual	Uno (1)	25%	25%
Trabajo Final: Investigación de Mercado Cuantitativa, Plan de Medios y Lanzamiento	Tres (3)	6,66%	20%
Talleres en grupos	Diez (10)	1%	10%
Quices avisados(individual)	Tres (3)	5%	15%
		<b>Total</b>	<b>100%</b>

### 9. BIBLIOGRAFÍA

- GONZALEZ Lobo, María y CARRERO López, Enrique. *Manual De Planificación De Medios* Ed. Madrid
- GUILTINAN, Joseph P. *Administración Del Marketing, Estrategias Y Programas*. Mc Graw Hill
- HORNGREN, Charles T., FOSTER George., DATAR , Srikant M.. *Contabilidad De Costos. Un Enfoque Gerencial*, Pearson Prentice Hall, Edición 12 .
- HORNGREN, Charles T., SUNDEM Gary L., ELLIOTT John A., *Introducción A La Contabilidad Financiera*
- MCDANIEL, Carl *Investigación De Mercados Contemporánea*. Edición 4. Thomson Editores
- SCHNARCH Alejandro, *Desarrollo De Nuevos Productos Y Servicios*. Cuarta edición. Mc Graw Hill.

Elaborado:	Revisado:	Aprobado:
Maria Isabel Quintero P.– Maria Cecilia Henriquez D. Fecha: Marzo 2009	Comité de Departamento Gestión de Organizaciones Fecha: 4 de Mayo de 2009	Director Departamento Gestión de Organizaciones Fecha:



**Artículos:**

Estadísticas Dane

- Estadísticas Cali en Cifras
- Estadísticas CIA
- Estadísticas Ministerio de Transporte
- Estadísticas Departamento Administrativo de Planeación Municipal

**Videos:**

- Desarrollo de Focus Groups

**WEBGRAFÍA**

Como elaborar un Brief de Comunicación

- <http://www.monografias.com/trabajos11/teopub/teopub.shtm#BRIEF>
- <http://punto6.blogspot.com/2006/12/brief-para-campaa-de-comunicacin.html>

Elaborado:  Maria Isabel Quintero P.– Maria Cecilia Henriquez D. Fecha: Marzo 2009	Revisado:  Comité de Departamento Gestión de Organizaciones Fecha: 4 de Mayo de 2009	Aprobado:  Director Departamento Gestión de Organizaciones Fecha:
--	--	---