

I. IDENTIFICADORES DE LA ASIGNATURA

Materia:	Desarrollo de productos y servicios
Carrera:	Licenciatura en Negocios con Enfoque en Emprendimiento
Modalidad:	Semestral
Nivel:	4°
Horas clase:	3 horas por semana
Horario de clases:	Lunes de 3:00 p.m. a 5:00 p.m. Viernes de 7:00 a.m. a 8:00 a.m.

II. ANTECEDENTES DEL ALUMNO

- **Conocimientos:** Metodologías creativas, tipos de innovación, complejidad, metodologías de observación, perfiles de usuarios, prototipado, prueba de productos.
- **Habilidades:** Habilidades de resolución creativa de problemas
Habilidades de prototipado y prueba
Habilidades de colaboración e interdisciplinarias
Resolución de problemas iterativa

III. OBJETIVO GENERAL

El alumno será capaz de comprender los conceptos básicos del desarrollo de productos y servicios, aplicar las metodologías y herramientas de desarrollo de productos y servicios para poder crear una propuesta de producto o servicio, generar su prototipo, validar con el mercado y planear su lanzamiento.

IV. DESARROLLO DE COMPETENCIAS:

El alumno durante la clase desarrollará las competencias:

- Empatía
- Pensamiento crítico
- Pensamiento sistémico
- Comunicación efectiva
- Colaboración multidisciplinaria
- Enfoque a la acción
- Innovación
- Flexibilidad/Adaptabilidad

V. COMPROMISOS FORMATIVOS

Conocimientos:

Perfiles de usuarios, prototipado, prueba de productos, benchmarking, desarrollo de un plan de negocio.

Habilidades:

Participación activa en clases
Investigación y análisis
Trabajo en equipo
Presentaciones y exposiciones
Feedback constructivo
Lecturas y análisis de casos

VI. CONDICIONES DE OPERACIÓN

"Por el engrandecimiento del estado de Chiapas"

Espacio: Aula presencial

Material de uso frecuente: Computadora con excelente conexión a internet.

VII. CONTENIDOS DEL PROGRAMA Y TIEMPOS ESTIMADOS PARA SER CUBIERTOS PARA EL PRIMER PARCIAL: 1/03/2024

TEMA Y SUBTEMAS	FECHAS	ACTIVIDADES Y/O LECTURAS EN AULA
1. Introducción al Desarrollo de Productos y Servicios <ul style="list-style-type: none"> 1.1. Definición de productos y servicios. 1.2. Ciclo de vida de un producto. 1.3. Importancia del desarrollo de productos y servicios en el mercado actual. 1.4. Tendencias en desarrollo de productos y servicios. 1.5. Ética en el desarrollo y lanzamiento de productos y servicios. 	19/02/2024-26/02/2024	Act. 1 Cuadro comparativo de tres lecturas sobre el desarrollo de productos. Part 1. Product Life Cycle y Obsolescencia Planeada
2. Investigación de Mercado y Análisis de la Competencia <ul style="list-style-type: none"> 2.1. Métodos de investigación de mercado. 2.2. Segmentación de mercado. 2.3. Análisis de la competencia y benchmarking. 2.4. Identificación de necesidades y deseos del cliente. 2.5. Técnicas de recopilación de datos. 	02/03/2024-08/03/2024	Part. 2 Análisis de Caso: Toyota y el benchmarking Act en Biblioteca de investigación de mercado
3. Generación de Ideas y Brainstorming para la Innovación <ul style="list-style-type: none"> 3.1. Técnicas de generación de ideas y de creatividad. 3.2. Sesiones de brainstorming efectivas. 3.3. Métodos para la evaluación y selección de ideas. 3.4. Creación de conceptos innovadores centrados en el usuario. 	08/02/2024-15/03/2024	Act. 2 Generación de una instalación conceptual haciendo uso del brainstorming.
EXAMEN PRIMER PARCIAL:	15/03/2024	

VIII. CONTENIDOS DEL PROGRAMA Y TIEMPOS ESTIMADOS PARA SER CUBIERTOS PARA EL SEGUNDO PARCIAL: :14/05/2024

TEMA Y SUBTEMAS	FECHAS	ACTIVIDADES Y/O LECTURAS EN AULA
-----------------	--------	----------------------------------

<p>4. Diseño y Prototipado de Productos</p> <p>4.1. Diseño conceptual y desarrollo de conceptos.</p> <p>4.2. Prototipado rápido y pruebas de concepto.</p> <p>4.3. Diseño detallado y especificaciones.</p> <p>4.4. Validación de prototipos.</p> <p>4.5. Integración de retroalimentación en el diseño.</p>	<p>22/03/2024- 12/04/2024</p>	<p>Act. 1 Repentina de prototipado y validación</p>
<p>5. Desarrollo de Servicios y Experiencia del Cliente</p> <p>5.1. Diseño de servicios y blueprinting.</p> <p>5.2. Estrategias para mejorar la experiencia del cliente.</p> <p>5.3. Personalización de servicios.</p> <p>5.4. Experiencia de usuario (UX) y experiencia de cliente (CX)</p>	<p>15/04/2024- 29/04/2024</p>	<p>Act. 2 Desarrollar el Blueprinting de un negocio.</p>
<p>6. Pruebas de Evaluación del éxito de los productos y servicios</p> <p>6.1. Pruebas de concepto</p>	<p>03/05/2024- 13/05/2024</p>	<p>Part. 1 Focus Group de su producto.</p>
<p>EXAMEN SEGUNDO PARCIAL:</p>	<p>14/05/2024</p>	
<p>IX. CONTENIDOS DEL PROGRAMA Y TIEMPOS ESTIMADOS PARA SER CUBIERTOS PARA EL EXAMEN FINAL: :01/07/2024</p>		
TEMA Y SUBTEMAS	FECHAS	ACTIVIDADES Y/O LECTURAS EN AULA
<p>6.2. Pruebas de usabilidad</p> <p>6.3. Pruebas de mercado</p> <p>6.4. Pruebas de campo</p> <p>6.5. Pruebas de aceptación</p>	<p>20/05/2024- 03/06/2024</p>	<p>Act 1 Prueba de mercado simulada En Facebook.</p>
<p>7. Plan de Negocios y Viabilidad del Producto/Servicio</p> <p>7.1. Elaboración de un plan de negocios.</p> <p>7.2. Análisis de costos y fijación de precios.</p> <p>7.3. Evaluación de la viabilidad económica.</p> <p>7.4. Estimación de demanda y proyecciones financieras.</p> <p>7.5. Análisis de riesgos y contingencias.</p>	<p>07/06/2024- 21/06/2024</p>	
<p>ACTIVIDAD EN BIBLIOTECA (OBLIGATORIA)</p>	<p>05/03/2024</p>	<p>Investigación sobre técnicas de recopilación de datos.</p>

EXAMEN FINAL ESCRITO:

X. METODOLOGÍA Y ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

Metodología Institucional acorde con el modelo educativo:

Afín con el modelo educativo del INEF, el docente deberá desarrollar con sus estudiantes metodologías de aprendizaje activo (Aprendizaje basado en retos, Aprendizaje basado en problemas, Aula invertida, Aprendizaje basado en investigación) que fomenten en ellos la aplicación de los conocimientos con una visión empresarial. Para lo cual se realizan las siguientes actividades:

- Exposición audiovisual por parte del docente.
- Realización de ejercicios de práctica durante clases.
- Gestión del proyecto en aula
- Mediante estas actividades se promueve la adquisición de los conocimientos teóricos y prácticos, a fin de aplicar el Método de aprendizaje por proyectos

Estrategias didácticas de acuerdo con el modelo educativo recomendadas para el curso:

- búsqueda, organización y recuperación de información
- descubrimiento
- ejecución-ejercitación
- elección, decisión
- evaluación
- metacognitivas
- problematización
- proceso de pensamiento lógico y crítico
- procesamiento, apropiación-construcción
- trabajo colaborativo

XI. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Requisitos institucionales de acreditación:

- Acreditación mínima de 80% de asistencia a clases programadas para tener derecho a examen
- Entrega oportuna de trabajos originales (no plagio)
- Pago de colegiaturas
- Calificación mínima aprobatoria: **7.0**

Evaluación del curso mediante la acreditación mediante los siguientes porcentajes:

PRIMER PARCIAL		SEGUNDO PARCIAL		CALIFICACIÓN FINAL	
Examen Parcial	80%	Examen Parcial	80%	Exámenes parciales	40 %

"Por el engrandecimiento del estado de Chiapas"

Tareas	10%	Tareas	10%	Examen final	60 %
Participación	10%	Participación	10%	-----	-----
Total:	100%	Total:	100%	Total:	100 %

XII. REGLAS DE LA CLASE

MECANICA DE ENTREGA DE LAS TAREAS

- Se prohíbe el uso de celulares o instrumentos análogos.
- La asistencia, controles de lectura, las participaciones y trabajos de investigación son requisitos indispensables para tener derecho a examen parcial y oral.
- Las tareas y actividades se entregarán de acuerdo con los requerimientos dados por el docente en la planeación (la cual el alumno deberá consultar siempre).
- No se admitirán trabajos extemporáneos.
- Los trabajos que no reúnan los requisitos de calidad (metodología y contenido) no serán tomados en cuenta para tener derecho a examen.
- El presentar un trabajo plagiado o en copia de otro trabajo presentado, se anularán y el o los alumnos quedaran sin derecho al examen final.

PUNTUALIDAD

- Sólo hay tolerancia de 5 minutos en el horario de las 2:00 de la tarde. A las 2:06 p.m. ha perdido el derecho a entrar a clases
- Llegar después del pase de lista (el cual se realizará puntual) amerita retardo.
- Las horas serán corridas en el caso de las clases de 2 horas y durarán 1:40 minutos.
- El porcentaje de asistencia es del 80%, quien no lo cumpla, no tendrá derecho a examen, el porcentaje se realiza tomando en cuenta el número de clases efectivamente cumplidas en el período.

JUSTIFICANTES

El alumno que por motivos de salud no asista a clases debe de comprobar con constancias médicas su ausencia (no con recetas médicas), para que el docente valore la pertinencia de recibirle la tarea de la clase en la que faltó y justificar su inasistencia, y, **siempre presentará su constancia médica el día inmediato posterior a la fecha que faltó**. Contrario sensu, quien no acredite a juicio del docente su inasistencia no tendrá derecho a que se le reciban las taras con posterioridad.

XIII. BIBLIOGRAFÍA Y/O FUENTES DE CONSULTA:

Bramston, David. (2010) *Bases del Diseño de Producto: De la Idea al Producto*. Parramón Ediciones.

Schnarch Alejandro. (2021) *Desarrollo De Nuevos Productos Y Empresas*. 7ª ed. McGraw Hill

Morris, Richard.(2014) *Fundamentos del diseño del productos: Todos los pasos del diseño de productos, desde la concepción de la idea hasta la investigación de mercado pasando por la producción*. Paidotribo.

XIV. ACTIVIDADES EXTRACURRICULARES: (máximo 3 durante el semestre)

"Por el engrandecimiento del estado de Chiapas"

Especificar requisitos y fecha de entrega

ACTIVIDAD PARA EL PRMER PARCIAL: Act. 1 Cuadro comparativo de tres lecturas sobre el desarrollo de productos. 19/02/2024

Act. 2 Generación de una instalación conceptual haciendo uso del brainstorming 15/03/2024

ACTIVIDAD PARA EL SEGUNDO PARCIAL: Act. 1 Repentina de prototipado y validación 02/04/2024

Act. 2 Desarrollar el Blueprinting de un negocio 29/04/2024.

XV. PERFIL DEL DOCENTE

XVI. ACTUALIZACIÓN DE LA PLANEACIÓN DEL CURSO

Responsable de la Contratación: Lic. Laudith Garay Ruíz

Fecha de elaboración: Febrero 2024

Elaboró: Mtra. Ana Iraís Campillo Sánchez

Correo institucional: anacampillo@inef.edu.mx