



## Creación de Nuevos Productos

<b>Carrera</b>	<b>Ingeniería Comercial</b>		
<b>Código</b>	-		
<b>NRC</b>	-		
<b>Año de carrera/ Semestre</b>	<b>5<sup>to</sup> año / 1<sup>er</sup> semestre</b>		
<b>Créditos SCT- Chile</b>	<b>7</b>	<b>Horas totales</b>	<b>210</b>
<b>Módulos semanales de docencia directa</b>	<b>4</b>	<b>Horas semanales de trabajo autónomo</b>	<b>8</b>
<b>Tipo de asignatura</b>	<b>Disciplinar Magíster</b>		
<b>Requisitos/ Aprendizajes previos</b>	<b>Marketing II</b>		
<b>Profesor responsable</b>	<b>Teresa Razmilic</b>		
<b>Contacto</b>	<b>trazmilic@miuandes.cl</b>		

### Definición de la asignatura

Al comprar o utilizar un producto, ¿te has preguntado cuál fue su proceso de creación para llegar a tus manos? ¿a quién se le habrá ocurrido la idea de crearlo y por qué? ¿qué necesidad satisface y qué impacto tiene en un mercado específico?

La creación de nuevos productos requiere distintas metodologías, estrategia, análisis de la industria, liderazgo e innovación.

A lo largo de la asignatura, analizaremos las etapas necesarias para la creación y desarrollo de un producto o servicio, desde la generación de ideas y las distintas técnicas para conseguir las, hasta el lanzamiento y crecimiento del producto en el mercado, para conseguir un producto viable, escalable, que perdure en el tiempo y que satisfaga una necesidad real de nuestro segmento objetivo.

La asignatura considera clases teóricas y prácticas, que de forma dinámica gracias a desafíos individuales, trabajos grupales, controles de lectura, participación activa y expositores de alto nivel, nos darán una visión global de todo el proceso para crear nuevos productos y servicios.

---

### Aporte al Perfil de Egreso

---

1. Analiza de manera sistemática y utilizando modelos teóricos, las complejidades que enfrentan las empresas en su organización interna y en su entorno.
2. Genera, procesa e interpreta información para la toma de decisiones económicas y empresariales.
3. Resuelve problemas y propone soluciones en el ámbito económico y en las áreas empresariales, utilizando conocimientos científicos, herramientas matemáticas y técnicas computacionales de frontera.
4. Comprende contextos sociales diversos, respeta la igual dignidad de todas las personas y pone su trabajo al servicio de los demás.

---

### Resultados de Aprendizaje generales de la asignatura

---

1. Define ideas de nuevos productos.
2. Utiliza instrumental técnico de investigación y análisis para evaluar las propuestas de nuevos productos.
3. Diseña nuevos productos a partir de input obtenido a través de marketing intelligence.
4. Diseña un plan de marketing y comercialización para el lanzamiento del producto/servicio.

---

Unidades	Resultados de aprendizaje específicos de la Unidad
1. <b>Generación de Ideas</b>	Utilizar para la generación de ideas el pensamiento divergente.
2. <b>Filtrado de Ideas</b>	Definir y aplicar prueba de conceptos/análisis conjunto para la creación de productos.
3. <b>Estudio del consumidor</b>	Definir y aplicar estudios cualitativos y cuantitativos para la obtención de datos de los consumidores potenciales.
4. <b>Desarrollo del producto</b>	Diseñar proceso de desarrollo y productivo del nuevo producto o servicio
5. <b>Estrategia de Marketing</b>	Diseñar Plan de Marketing/ Experiencia del cliente / Estrategia comunicación / Comercialización
6. <b>Mercado de Prueba</b>	Realizar pruebas de mercado, testeo, encuestas de satisfacción para evaluar desempeño de productos y servicios
7. <b>Comercialización</b>	Definir actividades para el lanzamiento del producto o servicio

---

Requisitos de aprobación	Asistencia mínima que dicta la facultad. Nota igual o superior a 3,95 en promedio final.
Nota final de la asignatura	Promedio ponderado según % evaluación

#### Evaluaciones

Prueba Escrita	20%.
Controles de lectura	25%.
Trabajo	25%.
Examen	30%

#### Recursos de aprendizaje

##### **BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:**

- Ideas x Valor – A.Cornella
- Business Models: Business, Strategy & Innovation. D.J. Teece

##### **BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:**

- Lecturas seleccionadas
- Apuntes de clases
- Casos seleccionados