



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA SUR / DIVISIÓN DE DESARROLLO REGIONAL
DEPARTAMENTO DE INGENIERÍAS

FICHA DE IDENTIFICACIÓN DE CURSOS PROGRAMA DE MATERIA

1. IDENTIFICACIÓN DEL CURSO

Nombre de la materia:

Innovación y diseño de servicios

Nombre del profesor:

Clave de la materia:	Horas de teoría:	Horas de práctica:	Total de horas:	Valor en créditos:
IK148	20	40	60	6

Tipo de curso: (Marque con una X)

C = Curso	P = Práctica	CT = Curso -Taller	x	M = Módulo	C = Clínica	S = Seminario
-----------	--------------	--------------------	---	------------	-------------	---------------

Nivel en que se ubica: (Marque con una X)

Técnico Superior Universitario	Licenciatura	x	Posgrado
--------------------------------	--------------	---	----------

Prerrequisitos formales (materias previas establecidas en el Plan de Estudios)	Prerrequisitos recomendados (Materias sugeridas en la ruta académica aprobada)
	Comportamiento del consumidor

Carrera:

LICENCIATURA EN INGENIERIA DE PROCESOS Y COMERCIO INTERNACIONAL
(PCI) (I)

Área de formación:

Área de formación básica común obligatoria	Área de formación básica particular obligatoria	Área de formación básica particular selectiva	Área de formación especializante selectiva	Área de formación optativa abierta.
	x			

Historial de revisiones:

Acción:	Fecha:	Responsables:
Evaluación	Julio de 2018	
Actualización	Julio de 2018	

Academia:

Aval de la Academia:

Nombre	Cargo	Firma
	Presidente de la Academia de Informática	
	Secretario de la Academia de Informática	

2. PRESENTACIÓN



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA SUR / DIVISIÓN DE DESARROLLO REGIONAL
DEPARTAMENTO DE INGENIERÍAS

3. OBJETIVO GENERAL

General: Desarrollar en los alumnos un sentido crítico basado en métodos científicos que les ayude a visualizar áreas de oportunidad en la innovación y desarrollo de productos y servicios capaces de integrarse en los mercados de exportación, que funcionen como una opción óptima para la satisfacción de necesidades o deseos insatisfechos, mediante nuevos productos tangibles e intangibles que satisfagan los requerimientos que se vayan presentando en el mercado, cumpliendo siempre con el concepto mercadológico con responsabilidad social. Sensibilizándolos sobre la importancia de practicar una cultura de creatividad e innovación como base para la solución de problemas sociales y empresariales como único medio de desarrollo económico

4. OBJETIVOS ESPECIFICOS

5. CONTENIDO

Temas y Subtemas
<p>UNIDAD I. GENERALIDADES SOBRE EL DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS</p> <ul style="list-style-type: none">1.1 Necesidad de nuevos productos en los mercados internacionales1.2 Criterios para su introducción en el mercado1.3 Beneficios nacionales, empresariales y de mercado1.4 Importancia de la planeación estratégica en el desarrollo de nuevos productos <p>1.5 Líneas y mezcla de productos</p> <p>1.6 Estrategias para el desarrollo de productos</p> <p>1.7 Ética en el desarrollo de productos</p> <p>UNIDAD II. CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EN EL DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS</p> <ul style="list-style-type: none">2.1 La creatividad2.2 El proceso creativo2.3 Bloqueos a la creatividad2.4 Técnicas para la creatividad2.5 Creatividad innovación y mercado2.6 Ejercicios sobre creatividad <p>UNIDAD III. DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS</p> <ul style="list-style-type: none">3.1 Proceso de desarrollo de productos3.2 Fuentes y técnicas para la generación de ideas3.3 Procedimiento de análisis y selección de ideas3.4 El concepto de producto y posicionamiento3.5 Análisis de la competencia (benchmarking)3.6 Introducción al registro de patentes y marcas3.7 Modalidades de protección a la innovación en mercados globales



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA SUR / DIVISIÓN DE DESARROLLO REGIONAL
DEPARTAMENTO DE INGENIERÍAS

UNIDAD 4 ESTRATEGIAS DE MERCADO

4.1 Análisis del negocio

4.1.1 Estudio de mercado

4.1.2 Factibilidad Técnica

4.1.3 Análisis de la rentabilidad

4.2 Desarrollo del producto

4.3 Estrategias: precio, canales y promoción en mercados internacionales

4.4 Prueba de mercado

4.5 Lanzamiento e introducción del producto

6. TAREAS, ACCIONES Y/O PRÁCTICAS DE LABORATORIO

--

7. BIBLIOGRAFIA BASICA

8. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

--

9. CRITERIOS Y MECANISMOS PARA LA ACREDITACIÓN

10. EVALUACION Y CALIFICACIÓN

Unidad de Competencia:	Porcentaje:
Exámenes parciales	
Proyecto final gráfico	
Tareas	
Exposiciones	
Prácticas	