



## CARÁTULA DE ASIGNATURA

### LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

<b>1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA</b>	Desarrollo de Productos y Marcas
<b>2. CLAVE</b>	LAMK0415

### 3. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

El alumno será capaz de:

- Elaborar propuestas de mejora a productos existentes en el mercado, identificando sus características principales, para desarrollar procesos de innovación en mercadotecnia.
- Desarrollar una propuesta de nuevo producto y marca para una organización, basada en la identificación de necesidades del mercado y aplicando las técnicas y procesos adecuados, a fin de generar valor a la empresa y al consumidor.

### 4. TEMAS Y SUBTEMAS

1. Naturaleza y concepto del bien
  - 1.1 Concepto de producto total
  - 1.2 El continuo producto-servicio
  - 1.3 Niveles y clasificación de los bienes
  - 1.4 Clasificación y características de los servicios
  - 1.5 Línea, mezcla y ciclo de vida de los productos
2. Conceptos básicos de productos
  - 2.1 Ciclo de vida de un producto
  - 2.2 Concepto de producto nuevo y niveles de novedad
  - 2.3 La segmentación e investigación de mercados
  - 2.4 Análisis de cartera y nuevos productos
3. Proceso de creación de nuevos productos
  - 3.1 Identificación de oportunidades
  - 3.2 Técnicas de generación de ideas
  - 3.3 Desarrollo y prueba del concepto
  - 3.4 Diseño del producto
  - 3.5 Prueba de mercado
4. Desarrollo de marcas
  - 4.1 Concepto de marca
  - 4.2 Tipos de marca
  - 4.3 Capital social de la marca
  - 4.4 Proceso de creación de marcas
  - 4.5 Selección y protección de la marca

- 5. Gestión de productos y marcas
  - 5.1 La sustentabilidad en el desarrollo de nuevos productos
  - 5.2 Estrategia de introducción de nuevos productos
  - 5.3 Determinación de envase, empaque y etiquetado
  - 5.4 Diseño de etiquetas
  - 5.5 Administración de portafolios, ampliación o eliminación de productos

## 5. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

### a) CON DOCENTE

- Exponer por equipos sobre los procesos y técnicas para la creación e innovación de productos.
- Resolver casos prácticos sobre análisis de cartera y nuevos productos, para identificar los conceptos básicos de los productos.
- Participar en mesas de análisis sobre productos existentes en el mercado, para realizar propuestas de mejora.
- Elaborar la solución de casos relacionados con el proceso de selección y protección de una marca.
- Participar en mesas de análisis sobre necesidades de un mercado específico, para ofrecer un nuevo producto o servicio.
- Presentar y defender las propuestas de nuevos productos y marcas para un bien o servicio de una organización, mostrando el análisis de necesidades y la aplicación de los procesos para la creación e innovación de productos.

### b) INDEPENDIENTES

- Elaborar reportes de lectura sobre los procesos y técnicas para la creación e innovación de productos, para su exposición ante grupo.
- Realizar informe sobre propuestas de mejora a productos existentes en el mercado, basado en el análisis de sus características y los procesos de innovación de productos.
- Realizar investigación documental sobre el proceso de selección y protección de una marca.
- Elaborar informe de mesas de análisis sobre necesidades de un mercado específico, identificando el producto o servicio que se puede crear.
- Desarrollar un producto y una marca para un bien o servicio de una organización, basado en la identificación de necesidades y aplicando los procesos para la creación e innovación de productos.

## 6. CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

- |  |     |
|--|-----|
| • Reportes de lecturas sobre procesos para la creación e innovación de productos | 10% |
| • Informe de propuesta de mejora a productos existentes en el mercado            | 10% |
| • Investigación sobre proceso de selección y protección de una marca             | 10% |
| • Informe de necesidades de un mercado específico para la creación de producto   | 10% |
| • Desarrollo de propuesta de producto y marca                                    | 30% |
| • Dos exámenes parciales   | 30% |