



SÍLABO PLANEAMIENTO, DESARROLLO E INGENIERÍA DEL PRODUCTO

AREA CURRICULAR: PRODUCCIÓN

CICLO: Electivo

SEMESTRE ACADÉMICO: 2017-I

- I. CÓDIGO DEL CURSO** : 090201E1040
- II. CRÉDITOS** : 04
- III. REQUISITOS** : 09013407040 Mercadotecnia
- IV. CONDICIÓN DEL CURSO** : Electivo

V. SUMILLA

El curso resalta la importancia de la innovación y de su gestión, se establecen criterios claros para el desarrollo eficaz de nuevos productos, se toman como estudio algunas técnicas organizativas y estratégicas como la gestión del producto, y la ingeniería simultánea, el estudiante deberá en forma práctica aplicar las técnicas y conocer las metodologías.

VI. FUENTES DE CONSULTA

Bibliográficas

- Ulrich, Karl T. y EPPINGER, Steven D., (2013), Diseño y desarrollo de productos, Ed. Mc Graw Hill
- Hanscombe, Richard, (1993), El Jefe de Producto Guía Práctica del Product Manager, Ed. Mc Graw Hill
- Barba, Enric, (2000., 2005), Innovación de productos mediante ingeniería concurrente, Gestión
- Pezo paredes, Alfredo, (2013), Innovación: reto, posibilidad y esperanza Manual I+C: para e innovador tecnológico y social, Ed. Universitaria, Universidad Nacional de Ingeniería.
- Porter, Michael E., (2012), Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores, Ed. Pirámide
- Kotler, Philip, (2013), Fundamentos de marketing, Ed. Pearson, 11a ed.

VII. UNIDADES DE APRENDIZAJE:

UNIDAD I: INNOVACION

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE:

- Explicar la visión de los procesos de innovación empresariales.
- Resaltar la importancia de la innovación como factor de competitividad.
- Entender y asimilar las experiencias de líderes empresariales
- Inducir al conocimiento sobre las etapas y criterios para el desarrollo de nuevos productos.

PRIMERA SEMANA

Primera Sesión:

Introducción al curso -Objetivos- La Situación competitiva Peruana y el aspecto innovativo- Características globales.

Segunda Sesión:

Fase de Planeación en el Desarrollo de Nuevos Productos - Identificación de oportunidades

SEGUNDA SEMANA

Primera Sesión:

Las pequeñas y medianas empresas Vs. La innovación. Importancia de crear y gestionar Pymes innovadoras.

Segunda Sesión:

La Innovación y el factor tiempo -Experiencias de empresas

TERCERA SEMANA

Primera Sesión:

La productividad del proceso de desarrollo de productos - Importancia del diseño de producto

Segunda Sesión:

El despliegue de las funciones de calidad (QFD)

CUARTA SEMANA

Primera Sesión:

El análisis del valor -El plan de trabajo del análisis del valor – El Diagrama FAST

Segunda Sesión:

El equipo de lanzamiento de producto. –La gestión del lanzamiento.

UNIDAD II: INGENIERIA SIMULTANEA

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE:

- Explicar el interés de la ingeniería simultánea (también llamada concurrente)
- Explicar en qué consiste la ingeniería simultánea

QUINTA SEMANA

Primera Sesión:

La cadena del Valor -La ingeniería convencional y la ingeniería simultánea - Ventajas competitivas de la ingeniería simultánea.

Segunda Sesión:

Taller en clase sobre Ingeniería Simultánea

SEXTA SEMANA

Primera Sesión:

El proceso de diseño-La industrialización – Casos de procesos de desarrollo de nuevos productos

Segunda Sesión:

El plan de innovación de nuevos productos -Las fases del plan- El equipo del proyecto – Documentación –Descripción de actividades.

UNIDAD III: LA GESTION DEL PRODUCTO

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE:

- Lograr la identificación el estudiante con el jefe de producto, como un ente integrador.
- Lograr que el estudiante asimile los conceptos relacionados con la gestión de productos
- Familiarizar al estudiante con el manejo de las técnicas organizativas y estratégicas vistas en el curso.

SÉPTIMA SEMANA

Primera Sesión:

La Gestión del producto –Conceptos básicos –El jefe de producto –El equipo del jefe de producto.

Segunda Sesión:

Definición de las tareas claves del jefe de producto –Funciones

OCTAVA SEMANA

Examen Parcial

NOVENA SEMANA

Primera Sesión:

Estilos de gestión de productos –La comunicación –Los valores de la gestión del producto

Segunda Sesión:

La planificación –Niveles de planificación –Revisión de estrategias. –Declaración de estrategias.

DÉCIMA SEMANA

Primera Sesión:

Cuota y segmentación de mercado.

Segunda Sesión:

La gestión financiera y el ciclo vital del producto –Perspectivas financieras de la gestión del producto.

El ciclo de vida real de un producto.

UNDÉCIMA SEMANA

Primera Sesión:

Los planes de acción del producto –La gestión del riesgo –Formatos del plan de acción.

Segunda Sesión:

La información en la gestión del producto. –Análisis del entorno comercial exterior, de la competencia y de la capacidad interna.

UNIDAD IV: DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE:

- Explicar las actividades del desarrollo de nuevos productos
- Explicar la relación entre marketing y diseño
- Explicar las implicaciones del proceso de producción sobre las decisiones de diseño de producto

DUODÉCIMA SEMANA

Primera Sesión:

Pruebas de concepto – Gestión de lanzamiento de productos

Segunda Sesión:

Los gestores de producto y su relación con el área de marketing – La gestión del marketing MIX – Diferenciación de productos.

DECIMOTERCERA SEMANA

Primera Sesión:

El programa de desarrollo de producto –Análisis del riesgo de los productos. –El Jefe de producto y sus tareas producto-cliente.

Segunda Sesión:

Las estrategias de producción. –La planificación de los prototipos.

DECIMOCUARTA SEMANA

Primera Sesión:

Relación del jefe de producto y la producción–Repercusión de los procesos de producción sobre las decisiones de producto.

Segunda Sesión:

DECIMOQUINTA SEMANA

Primera Sesión:

La productividad, métodos de mejora de la productividad. – La gestión de calidad del producto. –El apoyo de la alta dirección.

Segunda Sesión:

Exposiciones de los trabajos grupales.

DECIMOSEXTA SEMANA

Examen Final

DECIMOSÉPTIMA SEMANA

Entrega de promedios finales y acta del curso

VIII. CONTRIBUCIÓN DEL CURSO AL COMPONENTE PROFESIONAL

a. Matemática y Ciencias Básicas	0
b. Tópicos de Ingeniería	4
c. Educación General	0

IX. PROCEDIMIENTOS DIDACTICOS

Método Expositivo– Interactivo: se propicia la participación de los estudiantes

Método de Discusión Guiada.

Ejercicios, trabajos grupales y exposiciones de los estudiantes

X. EQUIPOS Y MATERIALES

Equipos: computadora, ecran, proyector de multimedia.

Materiales: Separatas en Power Point, transparencias, direcciones electrónicas (Internet)

XI. EVALUACION

El promedio final de la asignatura se obtiene mediante la fórmula siguiente:

$$PF = (2 \cdot PE + EP + EF) / 4$$

$$PE = ((P1 + P2 + P3 + P4 - MN) / 3 + W1) / 2$$

Donde:

PF= Promedio final

EP= Examen parcial (escrito)

EF= Examen final (escrito)

PE= Promedio de evaluaciones individuales

P# = Práctica calificada

W1 = Evaluación de trabajo grupal (escrito)

MN = Menor Nota

XII. APOORTE DEL CURSO AL LOGRO DE RESULTADOS

El aporte del curso al logro de los resultados del programa (Outcomes), para la Escuela Profesional de Ingeniería Industrial se establece en la tabla siguiente:

K = clave **R** = relacionado **Recuadro vacío** = no aplica

(a)	Habilidad para aplicar conocimientos de matemática, ciencia e ingeniería	
(b)	Habilidad para diseñar y conducir experimentos, así como analizar e interpretar los datos obtenidos	
(c)	Habilidad para diseñar sistemas, componentes o procesos que satisfagan las necesidades requeridas	K
(d)	Habilidad para trabajar adecuadamente en un equipo multidisciplinario	K
(e)	Habilidad para identificar, formular y resolver problemas de ingeniería	K
(f)	Comprensión de lo que es la responsabilidad ética y profesional	
(g)	Habilidad para comunicarse con efectividad	R
(h)	Una educación amplia necesaria para entender el impacto que tienen las soluciones de la ingeniería dentro de un contexto social y global	K
(i)	Reconocer la necesidad y tener la habilidad de seguir aprendiendo y capacitándose a lo largo de su vida	R
(j)	Conocimiento de los principales temas contemporáneos	R
(k)	Habilidad de usar técnicas, destrezas y herramientas modernas necesarias en la práctica de la ingeniería	

XIII. HORAS, SESIONES, DURACIÓN

a) **Horas de clase:**

Teoría	Práctica	Laboratorio
2	4	0

b) **Número de sesiones por semana:** Dos sesiones por semana

c) **Duración:** 5 horas académicas de 45 minutos

XIV. JEFE DE CURSO

Ing. Amanda Arrieta Taboada

XV. FECHA

La Molina, marzo de 2017.