

# Presentación de la asignatura Desarrollo de producto Mg. Paddy Verde Fasil



[www.continental.edu.pe](http://www.continental.edu.pe)



# Competencia de la asignatura

Comprende y analiza la importancia del desarrollo integral de productos a través de la aplicación de técnicas y herramientas que aseguren ganar participación de mercado y rentabilidad en las operaciones derivadas de productos innovadores y capaces de permanecer en el mercado en forma permanente.



# Estructura de la asignatura

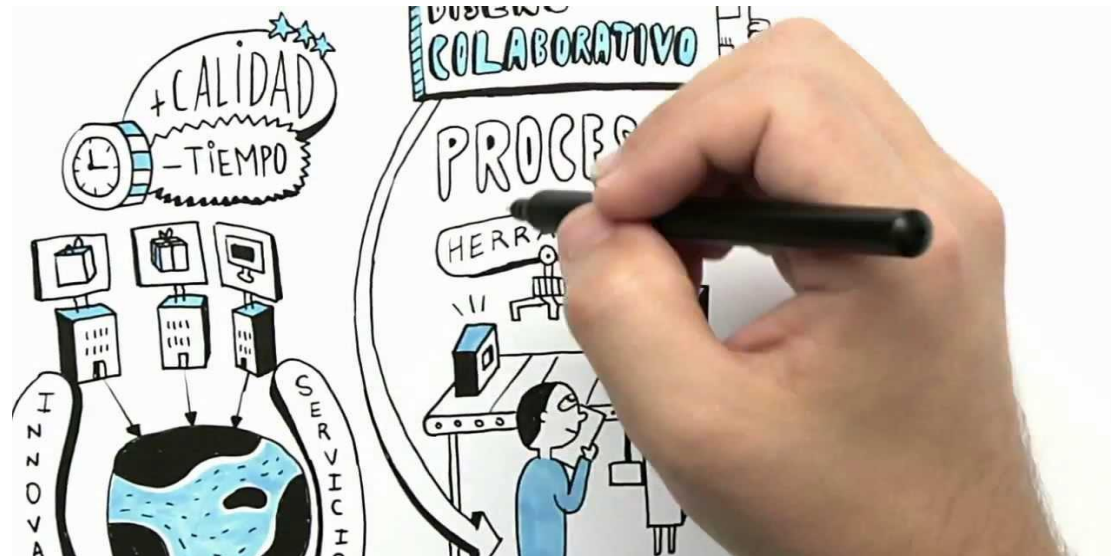
La asignatura de Desarrollo de producto está dividida en cuatro unidades didácticas.

Unidad I	Unidad II	Unidad III	Unidad IV
Planeación estratégica de nuevos productos	Desarrollo de nuevos productos	La marca, etiquetas, envases y embalaje	Mezcla promocional. Mercadotecnia directa
1ª y 2ª semana	3ª y 4ª semana	5ª y 6ª semana	7ª y 8ª semana

# Unidad I: Planeación estratégica de nuevos productos

## Contenidos

- Tema N° 1: Planeación estratégica.
- Tema N° 2: NABC.
- Tema N° 3: CANVAS.



# Unidad I: Planeación estratégica de nuevos productos

## Actividades

- Elabora un cuadro comparativo explicando las diferentes características de los siguientes herramientas: **NABC Y CANVAS**.

## Control de Lectura N° 1

- Evaluación de los temas 1, 2, 3 y 4.



# Unidad II: Desarrollo de productos

## Contenidos:

- Tema N° 1: Generación de ideas
- Tema N° 2: Proceso de desarrollo de productos
- Tema N° 3: Introducción y lanzamiento de nuevos productos
- Tema N° 4: Investigación de mercados para nuevos productos



# Unidad II: Desarrollo de productos

## Actividades

- Elabore un mapa conceptual sobre el procedimiento para realizar una investigación de mercado.

## Tarea Académica N° 1

- Elabore un mapa conceptual sobre el desarrollo de nuevos productos.





# Unidad III: La marca, envases y embalajes

## Contenidos

- Tema N° 1: Estructura organizacional.
- Tema N° 2: La marca.
- Tema N° 3: Etiquetas.
- Tema N° 4: Envases.
- Tema N° 5: Embalaje.





# Unidad III: La marca, envases y embalajes

## Actividades

- Elabore un cuadro comparativo explicando las diferentes características de la marca, el envase y el embalaje.

## Control de Lectura N° 2

- Evaluación de los temas 1,2, 3, 4 y 5.





# Unidad IV: Mezcla promocional y la mercadotecnia directa

## Actividades

- Elabore un mapa conceptual sobre la mezcla promocional para mercados objetivos.

## Tarea Académica N° 2

- Elabore un ensayo sobre la mercadotecnia directa.



# Recursos educativos virtuales

- Manual autoformativo
- Video clases
- Podcast
- Foros
- Biblioteca Virtual



# Recomendaciones finales

- En las sesiones virtuales de cada semana, guiaremos tu aprendizaje, orientaremos el desarrollo de actividades y atenderemos tus dudas e inquietudes
- Con estas indicaciones, estaremos listos para iniciar nuestra asignatura.



# Bienvenido a la asignatura Desarrollo de producto

