



Programa de la Asignatura

I. Identificación

Área: Marketing

Asignatura: Desarrollo y Gerencia de Producto

Código: DGP322401

Horas de clase en el semestre / ciclo: 60

Nº de Créditos: 4

Prerrequisitos: Investigación y Análisis de Mercado, Gerencia de Marketing.

Semestre / Ciclo: Sexto

II. Fundamentación

Desarrollo y Gerencia de Producto es una disciplina que se encarga de la concepción y desarrollo de objetos y productos a ser fabricados en serie, y que tienen un fin funcional para el ser humano, es por este motivo que su incorporación dentro de la malla curricular de la carrera de marketing es esencial para los futuros marketeros.

III. Competencias generales

Desarrolla de manera eficiente y rentable los productos de la compañía.

IV. Competencias específicas

- Conoce los aspectos claves de la administración de productos a lo largo de su ciclo de vida.
- Identifica los aspectos claves en el lanzamiento de nuevas líneas de la compañía.

V. Contenidos

Contenido
Introducción a la administración del producto.
Planeación de Marketing
Análisis del atractivo de la categoría y análisis de la competencia
Análisis del consumidor
Potencial de mercado y pronóstico de ventas
Diseño de la estrategia del producto
Desarrollo de nuevos productos
Decisiones sobre asignación de precios

Aprobado por:	Validado por:
Fecha:	Fecha:



Decisiones sobre publicidad
Promociones de ventas
Administración del canal
Análisis Financiero para la administración de productos
Medidas de Marketing

VI. Orientaciones metodológicas

La orientación adoptada por el docente depende de aspectos como los recursos aprovechables, el número de alumnos y la normalidad en el desarrollo del curso académico. Desde esta configuración, para el desarrollo del programa de las asignaturas se pretende sean desarrolladas una parte teórica y otra práctica, que se complementan y se organizan. En este contexto, la participación interactiva entre docentes y estudiantes serán la principal herramienta, así mismo se emplearán, video-proyector, para la exposición de los distintos temas del programa a través de foros, videos conferencias. También se hará uso de ejercitatorios, producción de monografías el uso de las tutorías es de vital importancia para guiar y orientar al alumno. Para fortalecer la parte Práctica La carrera tiene una mirada a través de profesionales del sector y mediante el uso de conferencias o visitas a empresas, con el propósito que el estudiante se acerque, al escenario real en la que se desempeñara como profesional.

VII. Orientaciones para la evaluación de los aprendizajes

El esquema de evaluación se ajusta a las características de las asignaturas y al desarrollo didáctico. En todo momento, se privilegiará la evaluación continua y de avance sobre proceso del estudiante, de carácter formativo, sobre la evaluación sumativa. El docente evalúa a los estudiantes cumpliendo estrictamente el esquema de evaluación aprobado en el programa oficial vigente. De todas formas, la USIL establece un 60% para la evaluación permanente de los procesos de aprendizaje y un 40% para la evaluación final.

El esquema actual es como sigue:

60 % proceso + 40 % examen final = 100 % Total.

70 % mínimo de calificación final para aprobar la asignatura (escala de notas)

50 % mínimo de proceso para tener derecho a rendir el examen final + 70 % de asistencia mínima.

Aprobado por:	Validado por:
Fecha:	Fecha:



Sistema de Calificación

(según capítulo IV del Manual del Estudiante)

La escala de notas del 1 al 5 corresponde al modelo habilitado por el Gobierno Nacional del Paraguay para la educación universitaria de la siguiente manera:

Reprobado: 1 Insuficiente

Aprobado: 2 Regular, 3 Bueno, 4 Distinguido, 5 Sobresaliente

ESCALA
1-69 = 1
70-77 = 2
78-85 = 3
86-93 = 4
94-100 = 5

VIII. Bibliografía básica

- Charles T. Horngren, Srikant M. Datar, Madhav V. Rajan. (2012). Contabilidad de Costos. Un enfoque gerencial (14ta ed.). Pearson.
- Fernández, J. (2013). El modelo de costes en empresas comerciales y de servicios (1era ed.). ESIC Editorial.
- Fuentes, A. (2012). Visión Gerencial. Prospectiva De Gestion Y Estrategia Empresarial Spanish Edition). Editorial Lulu.
- Iturrioz, J. (2017). El liderazgo en el siglo XXI: Coaching, equipos, clientes y resultados. Grupo Planeta.
- María Teresa Martí de Adalid, Eduardo Solorio Jiménez. (2014). Contabilidad de Costos (5ta. Edic). Limusa.

Aprobado por:	Validado por:
Fecha:	Fecha: