



## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS

### SÍLABO

#### INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN

#### I. DATOS GENERALES

|                                |                                               |
|--------------------------------|-----------------------------------------------|
| 1. Departamento Académico      | : Ciencias Administrativas y Recursos Humanos |
| 2. Escuela Profesional         | : Marketing                                   |
| 3. Programa                    | : Pregrado                                    |
| 4. Semestre Académico          | : 2025 – II                                   |
| 5. Tipo de asignatura          | : Obligatoria                                 |
| 6. Modalidad de asignatura     | : Presencial                                  |
| 7. Código de asignatura        | : 02433406021                                 |
| 8. Ciclo                       | : Sexto                                       |
| 9. Créditos                    | : 2                                           |
| 10. Horas semanales totales    | : 4                                           |
| Horas lectivas de teoría       | : 1                                           |
| Horas lectivas de práctica     | : 2                                           |
| Horas lectivas totales         | : 3                                           |
| Horas no lectivas de teoría    | : -                                           |
| Horas no lectivas de práctica  |                                               |
| Horas no lectivas totales      | : -                                           |
| Horas de Trabajo Independiente | : 1                                           |
| 11. Requisito                  | : Sistema de Información de Mercados          |
| 12. Docente                    | : Adrianzén Vargas, Martin Ricardo.           |

## **II. SUMILLA**

La asignatura pertenece al área curricular de estudios especializados, tiene como propósito aplicar el procedimiento para investigar, desarrollar y lanzar comercialmente nuevos productos o servicios al mercado, de manera eficiente y rentable.

Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Investigación y análisis estratégico, 2. Desarrollo de la propuesta de valor, 3. Decisiones tácticas de envases y marcas, evaluación comercial y financiera. 4. Plan de lanzamiento de un producto nuevo.

La asignatura exige del estudiante la elaboración y presentación de un plan de desarrollo comercial y lanzamiento de un producto nuevo, según la naturaleza de la situación a innovar y las demandas potenciales del mercado.

## **III. COMPETENCIA Y SUS COMPONENTES COMPRENDIDOS EN LA ASIGNATURA**

### **3.1. Competencia**

Product & Brand Management

Gestiona las diferentes etapas del ciclo de vida de un producto, servicio o marca de manera eficiente y rentable.

### **3.2. Componentes**

#### **Capacidades**

- Formula la filosofía de la organización, considerando los grupos de interés y la protección del medio ambiente, con el fin de alcanzar los objetivos empresariales.
- Desarrolla la propuesta de valor en función a las demandas del consumidor, considerando el crecimiento y consolidación del negocio
- Adopta estrategias y tácticas para el posicionamiento de los productos y servicios en el mercado, considerando el impacto del medio ambiente
- Organiza proyectos y actividades de marketing para el lanzamiento, distribución y satisfacción del cliente con criterio de sostenibilidad.

#### **Actitudes y valores**

- Actitud innovadora y emprendedora
- Búsqueda de la excelencia
- Liderazgo (académico, tecnológico y otros)
- Trabajo en equipo.

#### IV. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

| UNIDAD 1<br>INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS ESTRATÉGICO                                                                                                                                  |                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                             |                |    |                   |    |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----|-------------------|----|-----|
| CAPACIDAD:<br>Formula la filosofía de la organización, considerando los grupos de interés y la protección del medio ambiente, con el fin de alcanzar los objetivos empresariales. |                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                             |                |    |                   |    |     |
| SEMANA                                                                                                                                                                            | CONTENIDOS CONCEPTUALES                                         | CONTENIDOS PROCEDIMENTALES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE                                                                    | HORAS LECTIVAS |    | HORAS NO LECTIVAS |    | HTI |
|                                                                                                                                                                                   |                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                             | HT             | HP | HT                | HP |     |
| 1                                                                                                                                                                                 | • Visión estratégica: Innovación y gestión de nuevos productos. | <ul style="list-style-type: none"> <li>Comprende los alcances del sílabo: competencias, capacidades y contenidos.</li> <li>Conoce las normas de comportamiento y evaluación de los aprendizajes.</li> <li><b>Taller 1:</b> Reconoce la importancia del desarrollo y lanzamiento de nuevos productos en las empresas.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>Sesión N°1</b><br>Evaluación diagnóstica<br>Orientaciones académicas<br>Trabajo en pares | 1              | 2  | -                 | -  | 1   |
|                                                                                                                                                                                   |                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Actividad N°1:</b> Lectura del artículo Empresas que no supieron innovar y se declararon en quiebra, <a href="http://bit.ly/467Md16">http://bit.ly/467Md16</a> / Identificación de ideas clave, discusión en clase</li> </ul> <b>Tarea académica para horas de trabajo independiente:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Visiona el video: Desarrollo de nuevos productos <a href="https://youtu.be/9UHK5wycp2k?si=L-RhyqbH07jJye0e">https://youtu.be/9UHK5wycp2k?si=L-RhyqbH07jJye0e</a></li> <li>Elabora un gráfico identificando las etapas del proceso de desarrollo de nuevos productos y servicios.</li> </ul>                                              | Taller<br>Trabajo en pares<br>Informe                                                       |                |    |                   |    |     |
| 2                                                                                                                                                                                 | • Proceso de desarrollo de nuevos productos y servicios.        | <ul style="list-style-type: none"> <li>Discute el gráfico elaborado sobre las etapas del proceso de desarrollo de nuevos productos y servicios – <b>verificación del aprendizaje invertido</b></li> <li><b>Taller 2:</b> Analiza un caso de estudio sobre el proceso de desarrollo de nuevos productos y servicios.</li> <li><b>Organiza el Trabajo de Investigación Formativa (TIF):</b> Plan de desarrollo comercial y lanzamiento de un producto nuevo, según la naturaleza de la situación a innovar y las demandas potenciales del mercado.</li> </ul>                                                                                                                                                         | <b>Sesión N°2</b><br>Exposición – Dialogo<br>Trabajo en pares                               | 1              | 2  | -                 | -  | 1   |
|                                                                                                                                                                                   |                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Actividad N°2:</b> Con ayuda de una herramienta de IA, investiga el proceso de desarrollo de productos y servicios innovadores comercializado en los segmentos A, B y C.</li> </ul> <b>Tarea académica para horas de trabajo independiente:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Lee el artículo “Investigación para el desarrollo de nuevos productos” <a href="https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-desarrollo-de-nuevos-productos/">https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-desarrollo-de-nuevos-productos/</a>. Elabora un mapa mental.</li> </ul>                                                                                       | Trabajo en pares<br>Uso de Chat GPT u otra<br>Realimentación docente                        |                |    |                   |    |     |
| 3                                                                                                                                                                                 | • Investigación de las necesidades del mercado.                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>Comparte las ideas clave identificadas a través de un mapa mental – <b>verificación del aprendizaje invertido</b></li> <li><b>Taller 3:</b> Reconoce que la investigación y análisis de las necesidades, deseos y requerimiento de los consumidores o usuarios orienta sobre el direccionamiento estratégico.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>Sesión N°3</b><br>Exposición – Dialogo<br>Trabajo en pares                               | 1              | 2  | -                 | -  | 1   |
|                                                                                                                                                                                   |                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Actividad N°3:</b> Estudia el caso de “Netflix” y presenta un informe de los resultados comerciales. Utiliza herramientas de IA para obtener información clave (aspectos misionales, segmento al que se dirigen, core de negocio, kpis, entre otros).</li> </ul> <b>Tarea académica para horas de trabajo independiente:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Visiona el video Generación de ideas y creatividad - Nuestro cerebro y la creatividad <a href="https://youtu.be/yHE-XTccyTo?si=8kx6sZH2xSaJ4x_o">https://youtu.be/yHE-XTccyTo?si=8kx6sZH2xSaJ4x_o</a> . Elabora un mapa mental.</li> </ul>                                                            | Trabajo en grupo<br>Informe<br>Uso de Chat GPT u otra                                       |                |    |                   |    |     |
| 4                                                                                                                                                                                 | • Generación y evaluación de ideas y conceptos.                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>Comparte mapa mental con las ideas clave identificadas – <b>verificación del aprendizaje invertido</b></li> <li><b>Taller 4:</b> Utiliza herramientas de IA para investigar y analizar la aplicación de metodologías: Innovación continua: Método Lean start up, metodología “Océano Azul”: Innovación de valor , método Design Thinking.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <b>Sesión N°4</b><br>Exposición – Diálogo<br>Uso de Chat GPT u otra<br>Trabajo en pares     | 1              | 2  | -                 | -  | 1   |
|                                                                                                                                                                                   |                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Actividad N°4: Monitoreo I. Presenta el Plan del Trabajo de Investigación Formativa –TIF -</b> Plan de desarrollo comercial y lanzamiento de un producto nuevo, según la naturaleza de la situación a innovar y las demandas potenciales del mercado.</li> </ul> <b>Tarea académica para horas de trabajo independiente:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Visiona el video: Aprendamos de la Matriz General Electric - Marketing Estratégico. <a href="https://youtu.be/54UoWP5tceq?si=ecQHwK58tQt3Gc0w">https://youtu.be/54UoWP5tceq?si=ecQHwK58tQt3Gc0w</a>. Identifica la utilidad de la matriz y sus componentes, elabora un diagrama de llaves.</li> </ul> | Presentación efectiva<br>Asesoría pedagógica                                                |                |    |                   |    |     |

| UNIDAD 2<br>DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE VALOR                                                                                                          |                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                        |                   |    |                      |    |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|----|----------------------|----|-----|
| <b>CAPACIDAD:</b><br>Desarrolla la propuesta de valor en función a las demandas del consumidor, considerando el crecimiento y consolidación del negocio. |                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                        |                   |    |                      |    |     |
| SEMANA                                                                                                                                                   | CONTENIDOS<br>CONCEPTUALES                                                                     | CONTENIDOS PROCEDIMENTALES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE                                                               | HORAS<br>LECTIVAS |    | HORAS NO<br>LECTIVAS |    | HTI |
|                                                                                                                                                          |                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                        | HT                | HP | HT                   | HP |     |
| 5                                                                                                                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>Análisis de la competitividad de la empresa.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Explica la utilidad de la matriz y sus componentes– <b>verificación del aprendizaje invertido</b></li> <li><b>Taller 5:</b> Analiza la matriz McKinsey – eje competitividad.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>Sesión N°5</b><br>Exposición – Dialogo<br>Reporte<br>Trabajo en pares               | 1                 | 2  | -                    | -  | 1   |
|                                                                                                                                                          |                                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Actividad N°5:</b> Aplica la matriz McKinsey en casos reales del Perú.</li> </ul> <b>Tarea académica para horas de trabajo independiente:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Con uso de una herramienta de IA, investiga sobre el análisis de la atraktividad de los mercados.</li> <li>Elabora un cuadro resumen.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Reporte individual                                                                     |                   |    |                      |    |     |
| 6                                                                                                                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>Análisis de la atraktividad de los mercados.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Explica cuadro resumen – <b>verificación del aprendizaje invertido</b></li> <li><b>Taller 6:</b> Analiza la matriz McKinsey – eje atraktividad.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <b>Sesión N°6</b><br>Exposición – Diálogo<br>Trabajo en pares                          | 1                 | 2  | -                    | -  | 1   |
|                                                                                                                                                          |                                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Actividad N°6:</b> Resuelve el dilema ético, casos de innovación sustrayendo información de la competencia.</li> <li><b>Reflexiona los valores institucionales de la USMP</b></li> </ul> <b>Tarea académica para horas de trabajo independiente:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Lee el artículo ¿Qué es una propuesta de valor y cómo puede su pequeña empresa elaborarla? <a href="https://www.benchmarkemail.com/blog/small-business-value-proposition/">https://www.benchmarkemail.com/blog/small-business-value-proposition/</a> . Elabora un diagrama de llaves</li> </ul>                                                                                                                                       | Taller<br>Discusión<br>Informe sobre dilema y reflexión de los valores institucionales |                   |    |                      |    |     |
| 7                                                                                                                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>Ecuación y propuesta de valor.</li> </ul>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>Expone el diagrama elaborado – <b>verificación del aprendizaje invertido</b>.</li> <li><b>Taller 7:</b> Analiza la fórmula para la construcción de una ecuación de valor.</li> <li>Analiza la propuesta de valor de empresas nacionales.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>Sesión N°7</b><br>Exposición – Dialogo<br>Trabajo en pares                          | 1                 | 2  | -                    | -  | 1   |
|                                                                                                                                                          |                                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Actividad N°7: Monitoreo II. Presenta el avance del Trabajo de Investigación Formativa – TIF,</b> con fichas de investigación de recuperación y análisis de la información.</li> </ul> <b>Tarea académica para horas de trabajo independiente:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Lee el artículo Posicionamiento Competitivo: La clave para destacar en el mercado según Michael Porter <a href="https://www.juancarlossevilla.es/blog/2024/01/30/posicionamiento-competitivo-la-clave-para-destacar-en-el-mercado-segun-michael-porter/">https://www.juancarlossevilla.es/blog/2024/01/30/posicionamiento-competitivo-la-clave-para-destacar-en-el-mercado-segun-michael-porter/</a>. Elabora un mapa mental</li> </ul> | Presentaciones efectivas<br>Realimentación docente                                     |                   |    |                      |    |     |
| 8                                                                                                                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>Posicionamiento competitivo.</li> </ul>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>Explica el mapa mental – <b>verificación del aprendizaje invertido</b></li> <li>Analiza el inventario de posicionamiento de marcas competitivas.</li> <li><b>Taller 8:</b> Elabora y redacta la declaración del posicionamiento competitivo.</li> <li><b>Actividad N°8:</b> Investiga, utilizando herramientas de IA, el posicionamiento competitivo de productos y marcas para bebés.</li> </ul> <b>Tarea académica para horas de trabajo independiente:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Visiona el video: Qué es "PRODUCT MARKET FIT" <a href="https://www.youtube.com/watch?v=Nq5tTHHpBAw">https://www.youtube.com/watch?v=Nq5tTHHpBAw</a></li> <li>Identifica ideas principales.</li> </ul>                           | <b>Sesión N°8</b><br>Exposición – Diálogo<br>Reporte grupal<br>Uso de Chat GPT u otra  | 1                 | 2  | -                    | -  | 1   |
|                                                                                                                                                          |                                                                                                | Examen Parcial: Evalúa la primera y la segunda unidad de aprendizaje                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Evaluación                                                                             |                   |    |                      |    |     |

**UNIDAD 3**  
**DECISIONES TÁCTICAS DE ENVASES Y MARCAS, EVALUACIÓN COMERCIAL Y FINANCIERA**

**CAPACIDAD:**

Evalúa y presenta los resultados de investigación, los aspectos financieros y los mecanismos de regulación publicitaria con el fin de asegurar el ROI de negocio

| SEMANA | CONTENIDOS CONCEPTUALES                                                   | CONTENIDOS PROCEDIMENTALES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE                                     | HORAS LECTIVAS |    | HORAS NO LECTIVAS |    | HTI |
|--------|---------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|----------------|----|-------------------|----|-----|
|        |                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                              | HT             | HP | HT                | HP |     |
| 9      | • Desarrollo comercial del producto y/o servicio.                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>Resuelve control sobre video visionado – <b>verificación del aprendizaje invertido</b></li> <li><b>Taller 9:</b> Desarrolla estrategias de crecimiento comercial para productos o servicios.</li> <li>Comprende la metodología de innovación: Product-market-fit / Matriz RACE</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>Sesión N°9</b><br>Exposición- Diálogo<br>Trabajo en pares | 1              | 2  | -                 | -  | 1   |
|        |                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Actividad N°9:</b> Con apoyo de una herramienta de IA, elabora el desarrollo comercial de un producto, estableciendo su evolución innovadora a lo largo del tiempo, por ejemplo, Inka Kola, Smartphones, Aerolíneas, etc.</li> </ul> <b>Tarea académica para horas de trabajo independiente:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Lectura del artículo Evaluación financiera de proyectos <a href="https://www.sugerenciaconsultores.com/evaluacion-financiera-de-proyectos-pasos-y-herramientas/">https://www.sugerenciaconsultores.com/evaluacion-financiera-de-proyectos-pasos-y-herramientas/</a>. Elabora un diagrama de llaves.</li> </ul> | Trabajo en pares<br>Taller<br>Uso de Chat GPT u otras        |                |    |                   |    |     |
| 10     | • Evaluación financiera del proyecto.                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>Explica el diagrama de llaves elaborado – <b>verificación del aprendizaje invertido</b></li> <li><b>Taller 10:</b> Formula y evalúa los estados de resultados proyectados.</li> <li>Elabora un modelo de difusión según David Rogers.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Sesión N°10<br>Exposición – Dialogo<br>Trabajo en pares      | 1              | 2  | -                 | -  | 1   |
|        |                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Actividad N°10:</b> Analiza el impacto financiero, mostrando un estado de ganancias y pérdidas junto al balance general, para encontrar el aporte de la innovación.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Trabajo individual<br>Reporte                                |                |    |                   |    |     |
| 11     | • XIX Jornada de Intercambio de Experiencias Empresariales y de Negocios. | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Actividad N°11:</b> Elabora reportes de participación en la Jornada de Intercambio de Experiencias Empresariales y de Negocios.</li> </ul> <b>Tarea académica para horas de trabajo independiente:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Visiona el video Pruebas de mercado <a href="https://youtu.be/xLGocanjmk4?si=aIn4b5DRQturyVKg">https://youtu.be/xLGocanjmk4?si=aIn4b5DRQturyVKg</a> . Elabora un mapa mental</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                  | Sesión N°11<br>Conferencias y seminarios de discusión        | 1              | 2  | -                 | -  |     |
|        |                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Elaboración de reportes                                      |                |    |                   |    |     |
| 12     | • Market Test.                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Explica el mapa mental elaborado – <b>verificación del aprendizaje invertido</b>.</li> <li>Comprende cómo realizar pruebas de ventas simulada.</li> <li><b>Taller 12:</b> Investiga sobre el procedimiento de pruebas de mercado.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Sesión N°12<br>Trabajo individual<br>Taller<br>Reporte       | 1              | 2  | -                 | -  | 1   |
|        |                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Actividad N°12: Monitoreo III. Presenta el esquema de redacción y avance del Trabajo final de Investigación Formativa (TIF)</b> - Plan de desarrollo comercial y lanzamiento de un producto nuevo, según la naturaleza de la situación a innovar y las demandas potenciales del mercado.</li> </ul> <b>Tarea académica para horas de trabajo independiente:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Con ayuda de una herramienta de IA, investiga sobre formulación estratégica. Elabora un reporte.</li> </ul>                                                                                                                                     | Trabajo individual<br>Reporte                                |                |    |                   |    |     |

**UNIDAD 4**  
**PLAN DE LANZAMIENTO DE UN PRODUCTO NUEVO**

**CAPACIDAD:**

Organiza proyectos y actividades de marketing para el lanzamiento, distribución y satisfacción del cliente con criterio de sostenibilidad.

| SEMANA | CONTENIDOS CONCEPTUALES                                                                                                                           | CONTENIDOS PROCEDIMENTALES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE                                              | HORAS LECTIVAS |    | HORAS NO LECTIVAS |    | HTI |
|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|----------------|----|-------------------|----|-----|
|        |                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                       | HT             | HP | HT                | HP |     |
| 13     | • Formulación estratégica.                                                                                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>Intercambia los hallazgos sobre la investigación realizada – <b>verificación del aprendizaje invertido</b></li> <li><b>Taller 13:</b> Determina el mercado objetivo.</li> <li>Declara el posicionamiento de marca.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Sesión N°13<br>Exposición – Dialogo                                   | 1              | 2  | -                 | -  | 1   |
|        |                                                                                                                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Actividad N°13:</b> Formulación estratégica de una marca y producto nuevo.</li> </ul> <b>Tarea académica para horas de trabajo independiente:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Lee el artículo: <i>10 estrategias de marketing para lanzar tu producto</i> <a href="https://www.cyberclick.es/numerical-blog/estrategias-de-marketing-para-lanzar-tu-producto">https://www.cyberclick.es/numerical-blog/estrategias-de-marketing-para-lanzar-tu-producto</a></li> <li>Identifica ideas principales.</li> </ul> | Trabajo en pares<br>Informe                                           |                |    |                   |    |     |
| 14     | • Políticas generales.<br>• Proyecciones y lanzamiento del producto o servicio.                                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Comparte las ideas identificadas – aprendizaje invertido</li> <li><b>Taller 14:</b> Determina políticas considerando el marketing mix.</li> <li>Elabora un diagrama de Gantt con el calendario del lanzamiento del producto o servicio.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                          | Sesión N°14<br>Exposición – Diálogo<br>Trabajo en pares               | 1              | 2  | -                 | -  | 1   |
|        |                                                                                                                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Define un evento de lanzamiento de un producto en un escenario público.</li> <li><b>Actividad N°14: Monitoreo IV.</b> Presenta el Trabajo de Investigación Formativa – TIF: Plan de desarrollo comercial y lanzamiento de un producto nuevo, según la naturaleza de la situación a innovar y las demandas potenciales del mercado</li> </ul> <b>Tarea académica para horas de trabajo independiente:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Prepara las exposiciones según las orientaciones del docente</li> </ul>     | Trabajo individual<br>Reporte                                         |                |    |                   |    |     |
| 15     | • Comunicación de experiencias investigativas en la elaboración del plan de desarrollo comercial y lanzamiento de un producto nuevo.              | <ul style="list-style-type: none"> <li>Realiza exposiciones interactivas sobre aspectos cognitivos, procedimentales y actitudinales manifestados en la elaboración del plan de desarrollo comercial y lanzamiento de un producto nuevo.</li> </ul> <b>Tarea académica para horas de trabajo independiente:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Refuerza conocimientos.</li> </ul>                                                                                                                                                                           | Sesión N°15<br>Sustentaciones individuales<br>Realimentación          | 1              | 2  | -                 | -  | 1   |
|        |                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Actividad aplicativa<br>Sustentaciones individuales<br>Realimentación |                |    |                   |    |     |
| 16     | • <b>Examen final:</b> Tiene carácter integrador, evalúa la competencia de la asignatura y las capacidades de las cuatro unidades de aprendizaje. |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Sesión en N°16<br>Evaluación                                          | 1              | 2  | -                 | -  | 1   |
|        |                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Realimentación                                                        |                |    |                   |    |     |

## V. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

- La actividad docente en las sesiones y experiencias independientes de aprendizaje se orienta al desarrollo de capacidades y logro de la competencia del perfil profesional de los graduados, en correspondencia al modelo educativo y enfoque pedagógico asumido por la USMP. Ello supone que la adquisición de conocimientos por el estudiante no es resultante de la transmisión de la información por el docente, sino que es una construcción individual del propio estudiante en un contexto social en el que se relacionan, de manera activa, las estructuras cognitivas ya existentes con los nuevos contenidos por aprender; aplicables en distintos contextos de desempeño personal y social, por lo que el estudiante es considerado el actor principal de su aprendizaje y el profesor un mediador, organizador y orientador de experiencias de aprendizaje que los estudiantes han de vivir, a lo largo de su formación.
- La **estrategia metodológica preferente es el aprendizaje invertido *IFlipped Learning***, no obstante el profesor podrá utilizar las estrategias de aprendizaje y enseñanza basado en problemas, las técnicas de la problematización y la contextualización de los contenidos educativos, el estudio de casos; la lectura comprensiva de textos impresos, visuales y audiovisuales (recensión), sesiones en línea, diversos tipos de foros; plataformas web para simulaciones y el análisis de información, así como diversas formas de comunicación educativa sincrónica, entre otras. Especial mención merece la aplicación del método investigativo orientado a la búsqueda creadora de información, que propicia en el estudiante un mayor nivel de independencia cognoscitiva y pensamiento crítico, acorde con las exigencias de la sociedad actual, caracterizada por el valor del conocimiento y su aplicación práctica en la solución de problemas que nos plantea la realidad y el desarrollo de la ciencia y la tecnología.

## VI. RECURSOS DIDÁCTICOS

- Libros digitales, plataforma LMS, foros, chats, correo, video tutoriales, wikis, blog, e-books, videos explicativos, organizadores visuales, presentaciones multimedia, herramientas de IA, entre otros.

## VII. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

El sistema de evaluación del aprendizaje comprende:

- **Evaluación diagnóstica.** Se realiza al inicio de la asignatura y de las sesiones de aprendizaje, para conocer los saberes que los estudiantes poseen al emprender el estudio de los contenidos educativos programados y sirve al profesor para adoptar las decisiones académicas pertinentes. Su aplicación es de responsabilidad profesional en su función docente.
- **Evaluación de proceso (EP).** Se realiza a través de la observación progresiva del desempeño del estudiante en la realización de la exigencia académica de la asignatura y las actividades de aprendizaje significativo previstas en el sílabo. **Evalúa preferentemente el saber hacer y las actitudes** de las capacidades demostradas por los estudiantes. Se consolida y reporta mensualmente al Sistema de Ingreso de Notas de la Facultad, en las fechas programadas. Tiene un peso de 50% para la nota final y resulta del promedio ponderado de las evaluaciones mensuales que corresponde al desempeño académico del estudiante:  $EP = (EP1 \times 0.25) + (EP2 \times 0.25) + (EP3 \times 0.25) + (EP4 \times 0.25)$ .
- **Evaluación de resultados (ER).** Se realiza mediante la aplicación de un examen parcial (Ep) y otro examen final (Ef), elaborados técnicamente por el profesor, considerando los siguientes dominios de aprendizaje: a) conocimiento (manejo de información), b) comprensión, c) aplicación, d) análisis, e) síntesis y f) evaluación (juicio de valor), **examinándose preferentemente el saber conceptual y el saber hacer**. Los resultados son reportados al Sistema de Ingreso de Notas de la Facultad, dos veces durante el semestre, en las fechas establecidas. Tiene un peso de 50% para la nota final y resulta del promedio ponderado de las dos evaluaciones escritas programadas:  $ER = (Ep \times 0.4) + (Ef \times 0.6)$ .

El **Promedio final (PF)** resulta de la aplicación de la siguiente fórmula:  $PF = \frac{EP + ER}{2}$

## VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN

### 8.1. Bibliográficas

- Herrera-González R. (2011). *Conocimiento, innovación y desarrollo*. San José, Costa Rica. Ed Gráfica del Este.
- National Science Board (2012) *Research & Development, Innovation and the Science and Engineering Workforce*.
- Fernández A. (2009). *Innovación y gestión de nuevos productos. Una visión estratégica y práctica*, Madrid. Ed Pirámide.
- Milton A. – Rodgers P. (2013) *Métodos de Investigación para el diseño de productos*. China. Ed. No1- Blume.
- Pope J. (1981) *Investigación de mercados, guía maestra para el profesional*. Colombia. Ed. Norma

### 8.2. Electrónica

- Comunidad Europea (2013). *Sobre el apoyo a la investigación e innovación a empresas en España*: Recomendaciones sobre las líneas estratégicas para después de 2013.

**Sistematizado por:** Graciela Girón Franco

**Fecha:** 25 de julio de 2025

**Revisión pedagógica:** René Del Águila Riva