

GRADO BACHILLERATO
PRUEBA DE GRADO: DESARROLLO DE PRODUCTOS

Descripción

- A. Examen escrito con duración de cuatro horas
 B. El estudiante contestara el 100% del examen.
 C. Podrá versar sobre el concepto o la aplicación de cualquiera de los temas siguientes:

a. Contenido temático:

1. Marco de Referencia.

- ┆ Concepto de producto y sus características
- ┆ Concepto de servicio y sus características
- [Mercadeo y Planeación Estratégica.
- | Ciclo de Vida.

2. Por que los nuevos productos.

- ┆ Innovación tecnológica.
- ┆ Importancia de los nuevos productos.
- | Factores de éxito.

3. El Management de los nuevos productos.

- ┆ Organización y estructura.
- ┆ El proceso de desarrollo.
- ┆ Objetivos y directrices.
- ┆ Fuentes de nuevos productos

4. Acerca de la creatividad.

- ┆ La creatividad.
- [El proceso creativo.
- | Obstáculos a la creatividad.

5. Cómo buscar y encontrar ideas.

- ┆ Métodos de diagnósticos.
- ┆ Métodos para buscar ideas.
- [Técnicas racionales e intuitivas.
- | El proceso creador y los nuevos productos

6. Selección y Evaluación de conceptos.

- ┆ Directrices orientadas.
- ┆ El tamizado de ideas.
- ┆ Algunos métodos.
- [La prueba de conceptos.
- | Cómo investigar nuevos productos.

7. El proceso de desarrollo.

- ┆ Creatividad e innovación.
- ┆ Estudio de mercados.
- ┆ Factibilidad técnica.
- ┆ Análisis de rentabilidad.
- [Prueba de mercados.
- | Prueba de producto.

8. Conocimiento del mercado:

Clave del éxito.

- [Segmentación
- | Elección de mercado meta.
- ┆ Comportamiento del comprador.

9. Marketing Estratégico para nuevos productos.

10. Introducción al lanzamiento.

- ┆ Aspectos previos a considerar.



- | El marketing mix y alternativas.
- | La calidad en el nuevo producto.
- | La distribución del nuevo producto.
- | El precio.
- | El servicio.
- | Programa de marketing operativo.
- |
- | La lista de chequeo.
- | Plan de marketing.
- | Métodos de lanzamientos.
- | Evaluación y control.

b. Bibliografía

1. Schnarch, A. (2014) Desarrollo de Nuevos Productos (6 ed) México: McGraw Hill (DISPONIBLE EN BIBLIOTECA DIGITAL. McGrawHill y Pearson)
2. Kotler, P. (2017) Fundamentos de Marketing. (13 ed) México: Pearson. (DISPONIBLE EN BIBLIOTECA DIGITAL. McGrawHill y Pearson)
3. Lehmann & Winer, Administración del producto, Editorial Mc Graw Hill, México, 2007 (NO DISPONIBLE)