



DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS

OBJETIVOS DE LA MATERIA:

GENERALES:

Que el alumno adquiera algunos conocimientos básicos relacionados con el desarrollo de nuevos productos y extensión de línea.

Que en su actividad profesional cuente y/o entienda las herramientas necesarias si debe desempeñarse en Investigación y Desarrollo.

PARTICULARES:

Que adquiera los conocimientos relacionados con la función de desarrollo, integrado al resto de la empresa.

Con qué otras áreas de la empresa debe interactuar y cómo.

El factor tiempo en la innovación.

CARGA HORARIA:

Sesenta (60) horas.

CORRELATIVIDADES:

Fundamentos del preservación de Alimentos II

MODALIDAD DEL CURSO:

Teórico – práctico. Dictado de teóricas y discusión de casos.

EVALUACION:

Un (1) examen final.

PROGRAMA ANALITICO:

Capítulo 1: UN PROYECTO DE DESARROLLO DE PRODUCTO EN LA EMPRESA: Introducción. El proceso de desarrollo de un producto. La estrategia de desarrollo de un producto. El diseño del producto y el proceso de desarrollo. La comercialización del producto. Lanzamiento del producto y evaluación. Variantes en el proceso de desarrollo de productos.

Capítulo 2: LA ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO DE DESARROLLO DE UN PRODUCTO. Introducción. Plan del proyecto. Los objetivos del proyecto y sus limitaciones. Selección de las actividades y técnicas. Planeamiento del proyecto y sus respectivos tiempos. El gerenciamiento del proyecto. La difusión de tecnología.

Capítulo 3: ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE PRODUCTO: GENERACION DE IDEAS Y SELLECCION DE LAS MISMAS. Introducción. Generación de idea/s. Enfoque sistemático en la generación de idea/s. Libre generación de ideas. Características del producto y la generación de idea/s. Selección de ideas de productos. Procedimientos para esta selección. Quien debe estar involucrado en dicha selección.

23

CAPITULO 4: ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE PRODUCTO: CONCEPTOS DE PRODUCTO Y DISEÑO DE ESPECIFICACIONES. Introducción. Desarrollo del concepto sobre la idea del producto. Construcción del concepto. Evaluación del concepto. Ingeniería del concepto. Especificaciones de diseño del producto.

CAPITULO 5: DISEÑO DE PRODUCTO Y DESARROLLO DE PROCESO. Introducción. El proceso de diseño. Los diferentes pasos en el diseño del producto y el desarrollo del proceso para su elaboración. "Testeo" del producto. Formulación del producto. Desarrollo del envase. Desarrollo del proceso. Construcción del mercado. Especificaciones de producto y de proceso y la estrategia de mercado.

CAPITULO 6: COMERCIALIZACION DEL PRODUCTO. Introducción. Distintas actividades en la comercialización del producto. Conocimientos requeridos para desarrollar un plan de "Marketing." El plan de "marketing." Conocimientos requeridos para el plan de producción. El plan de producción. Conocimientos requeridos para la financiación del plan. El plan financiero. Producción requerida para el pre-lanzamiento. Análisis del plan total de operaciones. Análisis financiero.

CAPITULO 7: LANZAMIENTO DEL PRODUCTO Y SU CORRESPONDIENTE EVALUACION. Introducción. Los diferentes pasos en el lanzamiento de un producto. Lanzamiento del producto dentro de la empresa. Lanzamiento externo a revendedores y distribuidores. Lanzamiento al consumidor. El lanzamiento coordinado. Los distintos tiempos de lanzamiento. Evaluación del lanzamiento. Medición de ventas. Evaluación financiera. Organización empresarial.

CAPITULO 8: CONCLUSION. Introducción. Los sistemas y el éxito en el desarrollo de productos. El proceso de desarrollo de productos. El proyecto de desarrollo de productos. Desarrollo del gerenciamiento de nuevos productos. La difusión de la innovación. El clima necesario e imprescindible para la innovación. Ética en el desarrollo de productos.

BIBLIOGRAFIA:

Baker, R.C.; Hahn, P.W.; Robbins, K.R. (1988). Fundamentals of New Foods Product Development. Amsterdam: Elsevier.

Brody, A.L.; Lord, J.B. (2007) Developing New Products for a Changing Marketplace, 2nd Edition, Florida, CRC Press.

Earle, M.D.; Anderson, A.A. (eds.)(1985). Product and Process Development in the Food Industry. New York: Harwood.

Earle, M.; Earle, R. (2000) Building the Future on New Products. Leatherhead: LFRA Ltd.

Earle, M.; Earle, R.; Anderson, A. (2001). Food Product Development. Cambridge: Woodhead Publishing Ltd.



Earle, M.; Earle, R. (2008). Case Studies in Food Product Development. Cambridge: Woodhead Publishing Ltd.

Fielhouse, P.(1995). Food and Nutrition: Customs and Cultures. 2 nd. Edition. London: Chapman and Hall.

Fuller, G.W.(2004). New Product Development: From Concept to the Marketplace, 2 nd. Edition. Boca Raton, Florida, CRC Press.

Galizzi, G.; Venturine, L. (eds)(1996). Economics of Innovation: The Case in the Food Industry, Heidelber: Physica-Verlag.

Graf, E.; Saguy. I.S.(eds)(1991) Food Product Development from Concept to Marketplace, New York: Van Nostrand Reinhold.

Grunert, K.L.; Baadsgaard, A.; Larsen, H.H.; Madsen, T.K. (1996). Market Orientation in Food and Agriculture, Norwell, Mass.: Kluwer Academic Publishers.

MacFie, H. (ed)(2008). Consumer-led Food Product Development, Cambridge: Woodhead Publishing Ltd.

Moskowitz, H.R. (1994) Food Concepts and Products, Just-In-Time Development, Trumbull, Conn: Food and Nutrition Press.


Moskowitz, H.R.; Poretta, S.; Silcher, M. (2005). Concept Research in Food Product Design and Development, Ames, Iowas Blackwell Publisher Professional.

Shaffner, D.; Schroder, W.; Earle, M.D.(1998). Food Marketing: International Perspective, Boston: WCB/McGraw-Hill.

Shaw, R.(1006). Product Development Guide to the Food Industry, Chopper Campden: Campden and Chorley Food Research Association.

Side, C. (ed)(2002). Food Product Development Based on Experience, Iowa: Iowa State Press.

Traill, B.; Grunert, K.G. (1997). Product and Process Innovation in the Food Industry, London : Blackie Academic and Professional.


Dra. Ana M. R. Pilosof
Directora Titular
Dpto. Industrias - FCEN



Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Exactas y Naturales

Expte. N° 495.487 V.6

Buenos Aires,

25 JUL 2011

VISTO las notas a fojas 1, 3, 6, 10 y 13 elevadas por el Departamento de Industrias donde informa las asignaturas y sus correspondientes programas, que dictará durante el segundo cuatrimestre del ciclo lectivo de 2011 para las carreras de Licenciatura en Ciencias Químicas y Licenciatura en Ciencia y Tecnología de Alimentos.

CONSIDERANDO:

Lo informado por el Departamento de Industrias.

La revista del personal informada por la Dirección de

Personal a fojas 17.

Lo aconsejado por la Comisión de Enseñanza, Programas, Planes de Estudio y Posgrado.

Programas, Planes de Estudio y Posgrado.

Lo actuado por este Cuerpo en su sesión realizada en el

día de la fecha, y

en uso de las atribuciones que le confiere el artículo 113

del Estatuto Universitario.

**EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EXACTAS Y NATURALES
RESUELVE**

ARTICULO 1°.- Autorizar el dictado de las asignaturas con sus correspondientes programas que realizará el Departamento de Industrias durante el segundo cuatrimestre del año 2011 para las carreras de Licenciatura en Ciencias Químicas y Licenciatura en Ciencia y Tecnología de Alimentos, tal como se detalla en los anexos I y II que forman parte de la presente resolución.

ARTICULO 2°.- Comuníquese al Departamento de Industrias, a la Dirección de Biblioteca y Publicaciones conjuntamente con los correspondientes programas, tome conocimiento la Dirección de Alumnos y Graduados, difúndase en el ámbito de esta Casa de Estudios y cumplido, archívese.

RESOLUCION CD N°

1726

Dr. JORGE ALIAGA
DECANO

Dr. JAVIER LÓPEZ DE CASENAVE
SECRETARIO ACADEMICO