

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES  
FACULTAD DE CIENCIAS EXACTAS Y NATURALES  
DEPARTAMENTO DE INDUSTRIAS

LICENCIATURA EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE ALIMENTOS

DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS - 2º cuatrimestre / 2016

**OBJETIVOS DE LA MATERIA:**

**GENERALES:**

Que el alumno adquiera algunos conocimientos básicos relacionados con el desarrollo de nuevos productos y extensión en 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:** 60 (sesenta) horas totales.

**CORRELATIVIDADES:** Fundamentos de la Preservación de Alimentos II

**MODALIDAD DEL CURSO:** Teórico-Práctico. Dictado de teóricas y discusión de casos.

**EVALUACIÓN:** 1 (un) examen final.

**PROGRAMA ANALÍTICO:**

**Capítulo 1: UN PROYECTO EN EL DESARROLLO DE 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 de 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 DEL PRODUCTO: GENERACIÓN DE IDEAS Y SELECCIÓN DE LAS MISMAS:**

Introducción. Generación de ideas. Enfoque sistemático en la generación de ideas. Libre generación de ideas. Características del producto y la generación de ideas. Selección de ideas de productos. Procedimientos para esta selección. Quien debe estar involucrado en dicha selección.

  
Dra. Lidia N. Gershenso  
Directora Titular  
Dpto. Industrias  
FCEN-UBA

prodi  
Jun de  
ta de  
El pro  
Por los  
**Capítulo 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.

**Capítulo 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 del mercado.

**Capítulo 6: COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO:**

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

**Capítulo 7: LANZAMIENTO DEL PRODUCTO Y SU CORRESPONDIENTE EVALUACIÓN:**

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.

**Capítulo 8: CONCLUSIÓN:**

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.

**BIBLIOGRAFÍA:**

Fundamentals of New Foods Product Development. Amsterdam: Elsevier.  
Baker, R.C.; Hahn, P.W.; Robbins, K.R. (1998)

Developing New Products for a Changing Marketplace, 2<sup>nd</sup>. Edition, Florida. CRC Press.  
Brody, R.C.; Lord, J.B. (2007)

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

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

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

Case Studies in Food Product Development. Cambridge: Woodhead Publishing Ltd.

Dra. Lia N. Gerschenon  
Directora Titular  
Dpto. Industrias  
FCEN-UBA

Earle, M.; Earle, R. (2008)

Food and Nutrition: Customs and Cultures. 2<sup>nd</sup>.Edition. London: Chapman and Hall.  
Fieldhouse, P. (1995)

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

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

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

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

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

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

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

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

Product Development Guide to the Food Industry, Chopper Campden: Campen and Chorley  
Food Research Association.  
Shaw, R. (1996)

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

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



Dra. Lia N. Gerschenson  
Directora Titular  
Dto. Industrias  
FCEN-UBA



Universidad de Buenos Aires  
Facultad de Ciencias Exactas y Naturales

Expte. N°495487 V. 14.-

Buenos Aires,

08 AGO 2016

VISTO las notas a fojas 1 y 5 elevadas por el Departamento de Industrias, donde comunica el dictado de las materias para la carrera de Licenciatura en Ciencia y Tecnología de Alimentos que realizarán durante el segundo cuatrimestre de 2016.

CONSIDERANDO :

Lo informado a por el Departamento de Industrias.

La revista del personal docente a fojas 38.

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

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 y los correspondientes programas de las asignaturas descriptas en el Anexo, que forma parte de la presente resolución, que dicta el Departamento de Industrias durante el segundo cuatrimestre del ciclo lectivo 2016 para la carrera de Licenciatura en Ciencia y Tecnología de Alimentos.

ARTICULO 2.- Comuníquese al Departamento de Industrias, tome conocimiento la Dirección de Alumnos y Graduados, remítase copia a la Dirección de Biblioteca y publicaciones y cumplido, archívese.

1752

RESOLUCION CD N°

Dr. JORGE ZILBER  
SECRETARIO ACADEMICO ADJUNTO

Dr. JUAN CARLOS REBOREDA  
DECANO