GUÍA DE CLASES PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA	
CARRERA: Marketing	**ASIGNATURA:** Desarrollo de Productos
UNIDAD 1: Introducción al desarrollo de Productos.	
TÍTULO DE LA CLASE PRÁCTICA: Desarrollo de productos: Propuesta de empaque.	
OBJETIVO: Identificar las estrategias de productos: Análisis del proceso de generación de ideas.	
TIEMPO DE DURACIÓN: 12	

1. FUNDAMENTOS:

La clase práctica permitirá al estudiante desarrollar una propuesta de empaque efectiva, alineada con las características del producto o servicio. Este ejercicio fortalecerá la comprensión de los componentes del producto, la importancia del diseño de envases, y las estrategias de desarrollo de nuevos productos, mejorando habilidades en branding y propiedad intelectual.

2. OBJETIVOS A ALCANZAR:

- Desarrollar actividades prácticas (Informe escrito y presentación) para el desarrollo de una propuesta de empaque.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

Habilidades de pensamiento*: Los estudiantes desarrollarán capacidad crítica y creativa para analizar las necesidades del producto y su mercado, formulando soluciones innovadoras para el diseño de empaques.*

Destrezas sensoriales*: Fortalecerán la capacidad de observar detalles, como la interacción de materiales y colores en el empaque, asegurándose de que el diseño sea atractivo y funcional para el consumidor.*

Destrezas motoras: *Mejorarán la habilidad para diseñar y presentar de manera efectiva, estructurando informes claros y visuales que comuniquen sus propuestas de empaque de forma profesional.*

4. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:

La evaluación del aprendizaje estará orientada a valorar la capacidad del estudiante para desarrollar una propuesta de empaque completa y bien estructurada. Se considerará el cumplimiento de las indicaciones dadas, como la estructura adecuada del informe (introducción, análisis de producto, desarrollo del empaque, conclusiones y referencias).

Se evaluará la claridad en la organización del contenido, incluyendo una identificación precisa de los componentes del producto, sus atributos y la estrategia de empaque correspondiente.

Además, se valorará el uso adecuado de los conceptos del desarrollo de productos, diseño de envase y estrategias de marca, verificando que el estudiante aplique correctamente los términos relacionados con la calidad, características y propiedad intelectual.

La presentación oral también será clave, evaluando las habilidades de comunicación clara y profesional al presentar la pr opuesta, respaldada por ejemplos visuales que justifiquen la elección del diseño del empaque.

5. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

Se recomienda al estudiante estudiar los conceptos clave relacionados con el producto o servicio, sus características, atributos y clasificación.

Es esencial comprender los componentes intrínsecos y extrínsecos de los productos, así como la importancia del diseño de envase y su relación con la calidad del producto.

Además, deben familiarizarse con los procesos de desarrollo de productos y las estrategias para crear nuevos productos, utilizando herramientas como crowdsourcing para la generación de ideas.

Los estudiantes deberán realizar una búsqueda exhaustiva de fuentes confiables sobre desarrollo de productos y empaque, consultando estudios de casos y ejemplos prácticos.

Es fundamental que organicen sus ideas mediante un esquema preliminar que permita estructurar el informe de manera clara, dividiendo el contenido en secciones como introducción, desarrollo, diseño del empaque y conclusiones.

Se sugiere practicar la redacción de párrafos claros y concisos, aplicando las normas de citación apropiadas, como las Normas APA, para garantizar la precisión en las referencias. Además, se recomienda revisar el material básico disponible en la plataforma Classroom y consultar la bibliografía básica de la asignatura para asegurar una comprensión sólida de los conceptos.

Para mejorar la presentación oral, se aconseja ensayar la exposición de la propuesta de empaque, destacando su justificación y las decisiones tomadas en el diseño.

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

- **Selección del producto o servicio:**
  - El estudiante debe identificar un producto o servicio para el cual desarrollará la propuesta de empaque, asegurándose de que sea relevante y

aplicable al objetivo de la clase. Es importante que el producto elegido cuente con características específicas que permitan desarrollar una propuesta innovadora y adecuada.

- **Búsqueda y recopilación de información:**
  - Investigar sobre el concepto de producto y servicio, su clasificación y características, tanto intrínsecas como extrínsecas. Además, deberán recopilar información sobre el diseño de envases, considerando aspectos como la calidad, funcionalidad, la composición física y técnica, así como las características del envase que mejor se adapten al producto.

- **Organización del contenido:**
  - Elaborar un esquema o bosquejo que incluya las secciones principales del informe: introducción (presentación del producto y su contexto), desarrollo (análisis de las características del producto, el diseño de envase, atributos del empaque, y la propuesta de estrategia), y conclusiones (evaluación de la propuesta y justificación de decisiones tomadas).

- **Redacción inicial:**
  - Escribir un primer borrador aplicando las Normas APA, asegurándose de que el informe sea claro, conciso y profesional. Incluir citas y referencias correctas en el cuerpo del texto, aplicando conceptos de desarrollo de productos, diseño de envases y estrategias de marca.

- **Revisión y ajustes:**
  - Revisar el borrador para identificar y corregir errores gramaticales, de formato y de contenido. Evaluar la coherencia y cohesión del informe, asegurándose de que la estructura sea lógica y que cada parte del proceso de desarrollo del producto y del empaque esté bien fundamentada.

- **Presentación final:**
  - Elaborar la versión final del informe, aplicando los ajustes necesarios para cumplir con los requisitos de formato establecidos. El estudiante deberá presentar de manera clara y justificada la propuesta de empaque, explicando los aspectos estratégicos, creativos y técnicos. La presentación debe incluir recursos visuales (como ejemplos de diseño de empaques) para respaldar la propuesta.

- **Evaluación:**
  - El informe escrito y la presentación final serán evaluados considerando la claridad, la estructura lógica y la integración de los conceptos clave relacionados con el desarrollo de productos y el diseño de empaques. Se valorará la capacidad del estudiante para aplicar los conocimientos adquiridos sobre las estrategias de desarrollo de marca, calidad del producto y la utilización de elementos creativos en la propuesta de empaque.

7. NORMAS DE SEGURIDAD:

- **Ambiente seguro:**

Es fundamental garantizar un entorno seguro y ordenado para la clase práctica. El

aula o en casa (modalidad en línea) debe contar con condiciones adecuadas de ventilación, iluminación y espacio para la realización de actividades dinámicas. Se deberá identificar y minimizar riesgos potenciales, como obstáculos o mobiliario inadecuado, que puedan interferir con la movilidad o la interacción grupal.

- **Supervisión:**

El docente deberá supervisar todas las actividades prácticas para asegurar que se desarrollen de manera segura y conforme a las normas establecidas. Esto incluye brindar orientación oportuna, resolver dudas y garantizar la correcta implementación de las estrategias educativas diseñadas por los estudiantes.

- **Protocolos de interacción:**

Dado que la clase requiere trabajo en equipo e interacción continua, se promoverá el respeto mutuo, la comunicación asertiva y la prevención de conductas que puedan generar conflictos. Se establecerán reglas claras para garantizar un ambiente inclusivo y colaborativo.

- **Materiales y recursos:**

El uso de materiales educativos o tecnológicos deberá realizarse bajo la supervisión del docente. Los estudiantes deberán asegurarse de que los recursos sean utilizados de forma adecuada y en condiciones que eviten accidentes o daños.

- **Salud y bienestar:**

Se promoverá la atención a la salud física y emocional de los participantes. En caso de que un estudiante requiera atención por malestar o algún incidente, se activarán los protocolos correspondientes y se notificará de inmediato al personal responsable

8. FORMACIÓN EN VALORES Y DESARROLLO DE HABILIDADES BLANDAS. (Revisar PEA)

Durante el desarrollo de la asignatura Desarrollo de Productos, los estudiantes fortalecerán su capacidad para trabajar en equipo, resolver problemas y enfrentar los desafíos del desarrollo y posicionamiento de productos con una actitud colaborativa. Se fomentarán valores como el respeto, la responsabilidad y la solidaridad en la gestión de proyectos de desarrollo de productos, asegurando que las decisiones se tomen de manera ética y profesional.

9. CONCLUSIONES:

Al finalizar la actividad, el estudiante identificará los elementos esenciales para desarrollar una propuesta de empaque efectiva y analizará cómo cada componente del producto influye en el diseño del envase.

Desarrollará un informe detallado que refleje su comprensión del proceso de desarrollo de productos y el diseño de empaques, demostrando habilidades creativas y estratégicas.

Además, presentará su propuesta de empaque de manera clara, justificando sus decisiones y asegurando que se adapten a las necesidades del mercado y del producto. Este ejercicio fortalecerá su capacidad para aplicar conocimientos teóricos y prácticos en el desarrollo de soluciones innovadoras en el ámbito del diseño y marketing.

10. RECOMENDACIONES:

Se recomienda que los estudiantes profundicen en el estudio de casos de empaques innovadores y efectivos, prestando atención a cómo estos reflejan las características y necesidades del producto. Es fundamental que analicen cómo los diferentes componentes del producto, como su funcionalidad y calidad, deben reflejarse en el diseño del envase.

Además, se sugiere que los estudiantes practiquen la creación de prototipos visuales del empaque, utilizando herramientas digitales o manuales, para expresar claramente sus ideas. También es importante que trabajen en la justificación de sus elecciones, tanto desde una perspectiva estratégica como creativa, vinculándolas con el comportamiento del consumidor y las tendencias del mercado.

Para mejorar sus presentaciones orales, se recomienda ensayar la exposición de la propuesta varias veces, asegurándose de explicar claramente cómo la propuesta de empaque resuelve problemas específicos del producto y satisface las expectativas del mercado objetivo. Asimismo, pueden utilizar recursos visuales que hagan más atractiva y comprensible su presentación, ayudando a respaldar sus decisiones con ejemplos claros y bien fundamentados.

GUÍA DE CLASES PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA	
CARRERA: Marketing	**ASIGNATURA:** Desarrollo de Productos
UNIDAD 2: Estrategia de Productos: El Análisis de la Cartera de Producto.	
TÍTULO DE LA CLASE PRÁCTICA: Análisis del ciclo de vida de productos.	
OBJETIVO: Conocer el uso de los empaques y productos bajo tipos de mercado a prueba.	
TIEMPO DE DURACIÓN:12	

1. FUNDAMENTOS:

Esta clase práctica permitirá al estudiante analizar el ciclo de vida de los productos lácteos de Nestlé, considerando aspectos clave como el empaque, marketing de producto y estrategias competitivas. A través del análisis del ciclo de vida, se fortalecerá su comprensión sobre cómo las decisiones de desarrollo, prueba y estrategia impactan las utilidades y el posicionamiento en el mercado.

2. OBJETIVOS A ALCANZAR:

- Desarrollar actividades prácticas (Informe escrito y presentación) para el análisis del ciclo de vida de productos de la marca Nestlé categoría lácteos.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

***Habilidades de pensamiento**: Los estudiantes desarrollarán habilidades analíticas para evaluar el ciclo de vida de los productos lácteos de Nestlé, identificando las fases clave y su impacto en la estrategia empresarial.*

***Destrezas sensoriales**: Mejorarán la capacidad de observar y analizar la influencia del empaque y presentación en la percepción del producto por parte del consumidor, identificando cómo afecta la elección de compra.*

***Destrezas motoras:** Fortalecerán la habilidad para estructurar informes escritos y realizar presentaciones efectivas, organizando sus ideas y comunicando sus análisis de manera clara y visualmente atractiva.*

4. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:

La evaluación del aprendizaje estará orientada a valorar la capacidad del estudiante para analizar el ciclo de vida de los productos, en este caso, de lácteos de Nestlé, considerando el empaque, el marketing de producto, y las estrategias de desarrollo. Se evaluará el cumplimiento de las indicaciones dadas, como la estructura adecuada del informe (introducción, desarrollo, conclusiones y referencias), y la claridad en la organización del contenido.

Se considerará el uso correcto de conceptos clave como el ciclo de vida del producto, estrategias corporativas y de crecimiento, y las funciones del empaque. Además, se valorará la habilidad para aplicar las estrategias competitivas y las pruebas de concepto de manera coherente y adecuada al contexto del análisis.

La presentación oral también será evaluada, destacando la capacidad del estudiante para comunicar de manera clara, estructurada y visualmente efectiva sus hallazgos, demostrando tanto dominio del contenido como habilidades en la presentación profesional.

5. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

Se recomienda al estudiante que comience por familiarizarse con los conceptos clave relacionados con el ciclo de vida del producto y las funciones del empaque, especialmente en el contexto de productos lácteos de Nestlé.

Es fundamental que comprendan el impacto del empaque en el marketing de productos y las estrategias de desarrollo y crecimiento de la marca.

Los estudiantes deberán realizar una búsqueda exhaustiva de fuentes confiables, preferentemente académicas y de la industria, para recopilar información actualizada sobre las tendencias de packaging y las estrategias utilizadas por Nestlé en sus productos lácteos.

Además, deben investigar las fases del ciclo de vida del producto, el ciclo de gastos y utilidades, y los diferentes tipos de pruebas de mercado como los estudios estándar, controlados y simulados.

Es recomendable que organicen sus ideas mediante un esquema preliminar que les permita estructurar el contenido del informe de manera lógica y coherente, con secciones como introducción, desarrollo (análisis del ciclo de vida y el empaque), y conclusiones (estrategias y recomendaciones).

Para ello, deben asegurarse de aplicar los conceptos de marketing y estrategias corporativas y competitivas discutidas en clase.

Asimismo, se sugiere que practiquen la redacción de párrafos claros y concisos, utilizando el formato adecuado de citación y referencias, como las Normas APA, y que analicen ejemplos previos de informes similares para familiarizarse con el estilo y el formato esperado en la presentación.

Finalmente, los estudiantes deben revisar el material básico de la asignatura disponible en la plataforma Classroom y consultar la bibliografía básica recomendada, para asegurar que tengan un entendimiento completo de los temas antes de iniciar la redacción del informe y preparación de la presentación.

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

- **Selección del producto:**
  - El estudiante debe elegir un producto lácteo de la marca Nestlé para analizar el ciclo de vida de dicho producto. Asegurándose de que el producto seleccionado tenga información suficiente sobre su empaque, ciclo de vida y su marketing.

- **Búsqueda y recopilación de información:**
  - El estudiante debe investigar sobre el empaque del producto, las funciones de los envases y embalajes, así como el marketing de productos lácteos en Nestlé. Además, deben investigar el ciclo de vida de los productos y el ciclo de gastos y utilidades, el desarrollo de nuevos productos, y las estrategias de marketing de prueba, tipos de mercado y la estrategia de cartera de productos. Se recomienda utilizar fuentes académicas, artículos especializados y los materiales proporcionados en la plataforma Classroom.

- **Organización del contenido:**
  - El estudiante debe elaborar un esquema que organice las secciones principales del informe:

    - Introducción: Descripción general del producto y su contexto en el mercado.
    - Desarrollo: Análisis del ciclo de vida del producto, características del empaque, la estrategia de marketing y las pruebas de concepto.
    - Conclusiones: Reflexión sobre las estrategias empleadas, los posibles resultados y recomendaciones.
    - Además, debe definir los subtemas y establecer una secuencia lógica que permita abordar todos los puntos clave del análisis.
    - Redacción inicial:
    - El estudiante debe escribir un borrador del informe, asegurándose de aplicar correctamente las Normas APA para las citas y referencias. El informe debe ser claro y conciso, demostrando comprensión de los conceptos clave como el ciclo de vida del producto, el empaque y las estrategias de marketing utilizadas por Nestlé.

- **Revisión y ajustes:**
  - El estudiante debe revisar el borrador para detectar errores de redacción, formato y contenido. Evaluará la coherencia y cohesión del informe, asegurándose de que todas las ideas estén bien estructuradas y que el informe sea fácil de entender.

- **Presentación final:**
  - El estudiante debe preparar la versión final del informe, aplicando los ajustes necesarios y cumpliendo con los requisitos de formato establecidos. Además, debe preparar una presentación oral clara y profesional para exponer los resultados del análisis, utilizando recursos visuales si es necesario. La entrega final del informe y la presentación oral deben cumplir con el plazo estipulado.

- **Evaluación:**
  - La evaluación del aprendizaje se basará en la claridad del informe escrito, la aplicación adecuada de los conceptos del ciclo de vida del producto y su relación con el empaque, las estrategias de marketing y las pruebas de concepto. También se evaluará la calidad de la presentación oral, la capacidad del estudiante para comunicar sus hallazgos de manera efectiva y su capacidad para aplicar estrategias de marketing en un análisis de la marca Nestlé.

7. NORMAS DE SEGURIDAD:

- **Ambiente seguro:**

Es fundamental garantizar un entorno seguro y ordenado para la clase práctica. El aula o en casa (modalidad en línea) debe contar con condiciones adecuadas de ventilación, iluminación y espacio para la realización de actividades dinámicas. Se deberá identificar y minimizar riesgos potenciales, como obstáculos o mobiliario inadecuado, que puedan interferir con la movilidad o la interacción grupal.

- **Supervisión:**

El docente deberá supervisar todas las actividades prácticas para asegurar que se desarrollen de manera segura y conforme a las normas establecidas. Esto incluye brindar orientación oportuna, resolver dudas y garantizar la correcta implementación de las estrategias educativas diseñadas por los estudiantes.

- **Protocolos de interacción:**

Dado que la clase requiere trabajo en equipo e interacción continua, se promoverá el respeto mutuo, la comunicación asertiva y la prevención de conductas que puedan generar conflictos. Se establecerán reglas claras para garantizar un ambiente inclusivo y colaborativo.

- **Materiales y recursos:**

El uso de materiales educativos o tecnológicos deberá realizarse bajo la supervisión del docente. Los estudiantes deberán asegurarse de que los recursos sean utilizados de forma adecuada y en condiciones que eviten accidentes o daños.

- **Salud y bienestar:**

Se promoverá la atención a la salud física y emocional de los participantes. En caso de que un estudiante requiera atención por malestar o algún incidente, se activarán los protocolos correspondientes y se notificará de inmediato al personal responsable.

8. FORMACIÓN EN VALORES Y DESARROLLO DE HABILIDADES BLANDAS. (Revisar PEA)

Durante el desarrollo de la asignatura Desarrollo de Productos, los estudiantes fortalecerán su capacidad para trabajar en equipo, resolver problemas y enfrentar los desafíos del desarrollo y posicionamiento de productos con una actitud colaborativa. Se fomentarán valores como el respeto, la responsabilidad y la solidaridad en la gestión de proyectos de desarrollo de productos, asegurando que las decisiones se tomen de manera ética y profesional.

9. CONCLUSIONES:

Al finalizar la actividad, el estudiante identificará y analizará las fases del ciclo de vida de los productos lácteos de Nestlé, comprendiendo su impacto en el marketing y el empaque.

Desarrollará un informe detallado que refleje la evolución del producto desde su introducción hasta su declive, evaluando las estrategias utilizadas en cada etapa.

Presentará sus hallazgos de forma clara y coherente, demostrando una comprensión sólida de los procesos involucrados en el ciclo de vida de los productos. Este ejercicio fortalecerá su capacidad para aplicar conceptos teóricos a casos reales y mejorar sus habilidades de análisis y comunicación en el campo del marketing.

10. RECOMENDACIONES:

Se recomienda que los estudiantes comiencen investigando las diferentes fases del ciclo de vida de los productos lácteos de Nestlé, prestando atención al empaque y a las estrategias de marketing asociadas con cada etapa. Es esencial que analicen cómo el empaque evoluciona en cada fase y cómo las estrategias de marketing se ajustan a los cambios del mercado y las necesidades del consumidor.

Además, se sugiere que los estudiantes profundicen en el estudio de los diferentes tipos de estrategias que se utilizan en cada fase del ciclo de vida de los productos, desde la introducción hasta la madurez y declive, con un enfoque particular en la relación entre los costos y las utilidades. Este análisis les permitirá comprender mejor cómo las decisiones de marketing afectan la vida del producto.

También es recomendable que los estudiantes practiquen la organización de su informe de manera clara, dividiendo el análisis en las fases correspondientes y destacando las estrategias y el empaque en cada etapa. Para la presentación, deben enfocarse en explicar cómo sus hallazgos se relacionan con la teoría estudiada y presentar su análisis de forma coherente y estructurada.

Finalmente, se sugiere realizar un análisis crítico de las estrategias de Nestlé y evaluar posibles recomendaciones para mejorar el ciclo de vida de sus productos lácteos, destacando su capacidad para aplicar la teoría del marketing a un caso real y mejorar la efectividad en las decisiones de empaque y marketing.

GUÍA DE CLASES PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA	
CARRERA: Marketing	**ASIGNATURA:** Desarrollo de Productos
UNIDAD 3: Gerencia De Producto Y Administración De Los Nuevos Productos	
TÍTULO DE LA CLASE PRÁCTICA: Desarrollo de las cuatro P. Caso Práctico.	
OBJETIVO: Desarrollar estrategias en base a las etapas del producto.	
TIEMPO DE DURACIÓN: 11	

3. FUNDAMENTOS:

Esta clase práctica permite al estudiante analizar el ciclo de vida de un producto de Nestlé en la categoría de comida para mascotas, utilizando las 4 Ps como estrategias clave. A través del análisis de la cartera de productos, la matriz BCG y la aplicación de estrategias de marketing, los estudiantes comprenderán cómo gestionar el ciclo de vida del producto y maximizar su rentabilidad, incorporando también la responsabilidad social y los desafíos internacionales en el desarrollo de nuevos productos.

4. OBJETIVOS A ALCANZAR:

- Desarrollar actividades prácticas (Informe escrito y presentación) para el análisis del ciclo de vida de producto de marca Nestlé de categoría: comida para mascotas desarrollando las 4 Ps como estrategias.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

Habilidades de pensamiento*: Los estudiantes desarrollarán habilidades analíticas para evaluar las estrategias de marketing, identificar las fases del ciclo de vida del producto y aplicar las 4 Ps de manera efectiva en el contexto de Nestlé.*

Destrezas sensoriales*: Los estudiantes mejorarán su capacidad para percibir e interpretar el impacto de la comunicación visual, el empaque y el diseño en la percepción del producto por parte del consumidor.*

Destrezas motoras: *Los estudiantes fortalecerán su habilidad para estructurar y presentar un informe detallado y realizar presentaciones orales de manera clara y profesional, utilizando recursos visuales.*

4. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:

La evaluación del aprendizaje estará enfocada en la capacidad del estudiante para aplicar los conceptos y estrategias aprendidos en el análisis del ciclo de vida de un producto de Nestlé en la categoría de comida para mascotas. Se evaluará la claridad y

organización del informe (introducción, desarrollo, conclusión y referencias), así como la integración efectiva de las 4 Ps en el análisis.

También se valorará la calidad de la presentación, la habilidad del estudiante para aplicar modelos de análisis como la Matriz BCG y el ciclo de vida del producto, y su capacidad para realizar propuestas estratégicas relevantes. Se considerará la aplicación adecuada de los conceptos de rentabilidad, responsabilidad social y marketing internacional, reflejando tanto el dominio técnico del tema como las habilidades de comunicación escrita y oral del estudiante.

5. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

Se recomienda al estudiante realizar una revisión exhaustiva sobre el ciclo de vida de productos, especialmente en la categoría de comida para mascotas, y cómo se aplican las 4 Ps (producto, precio, plaza y promoción) en cada etapa del ciclo.

El estudiante debe estudiar la Matriz BCG y los procesos de desarrollo de nuevos productos, familiarizándose con la etapa de decadencia y estrategias de modificación en la madurez del producto. Es fundamental que el estudiante investigue sobre las técnicas de pretest y test de mercado, así como la rentabilidad de la cartera de productos.

Además, se sugiere revisar la bibliografía sobre responsabilidad social de los productos y los desafíos del marketing internacional para una comprensión integral. Organizar sus ideas a través de un esquema preliminar facilitará la redacción del informe de manera coherente y lógica.

Se recomienda también que practiquen la presentación oral de sus análisis y conclusiones, enfocándose en la claridad, precisión y justificación de sus propuestas.

Para realizar esta actividad, el estudiante debe revisar el texto básico disponible en la plataforma Classroom y consultar fuentes académicas adicionales que complementen los contenidos.

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

- **Selección del Producto:**
  - El estudiante debe seleccionar un producto de la marca Nestlé dentro de la categoría de comida para mascotas, asegurándose de que sea representativo del ciclo de vida del producto y que tenga una relevancia actual. El producto debe ser adecuado para aplicar las 4 Ps como estrategias (producto, precio, plaza y promoción).

- **Búsqueda y recopilación de información:**
  - El estudiante debe investigar información sobre el ciclo de vida del producto seleccionado, haciendo énfasis en los diferentes modelos de marketing, la matriz BCG, las etapas del ciclo de vida del producto (introducción, crecimiento, madurez, declive), y el proceso de desarrollo y lanzamiento de

productos nuevos. Además, debe estudiar los modelos de pretest y test de mercado y los tipos de mercado (estándar, controlado y simulado). Se recomienda utilizar fuentes confiables como libros, artículos académicos y bases de datos especializadas.

- **Organización del contenido:**
  - El estudiante debe elaborar un esquema o bosquejo con las secciones principales del informe: introducción, desarrollo, conclusiones y referencias. Durante esta fase, debe organizar sus ideas según las fases del ciclo de vida del producto, destacando las estrategias de marketing aplicadas en cada una. Las 4 Ps deben estar integradas en el análisis, evaluando el impacto de las decisiones sobre el producto.

- **Redacción inicial:**
  - El estudiante redactará un primer borrador del informe, estructurando cada sección con claridad y de manera coherente. Es crucial que aplique las Normas APA para citar las fuentes adecuadamente. Durante esta fase, el estudiante debe centrarse en la descripción y análisis de cada etapa del ciclo de vida, evaluando los cambios en el empaque, el marketing y las estrategias de precios durante la madurez y la decadencia del producto.

- **Revisión y ajustes:**
  - El estudiante debe revisar el borrador del informe para corregir errores de formato, gramática y contenido. Se evaluará la coherencia y cohesión del informe, asegurando que las 4 Ps estén alineadas con el ciclo de vida del producto. Durante esta fase, es importante verificar la calidad de la argumentación y cómo se justifica cada estrategia aplicada.

- **Presentación final:**
  - El estudiante debe preparar la versión final del informe, aplicando los ajustes necesarios y cumpliendo con los requisitos de formato establecidos. El informe final debe presentar los hallazgos de manera clara, estructurada y detallada, con especial énfasis en las estrategias aplicadas en las diferentes etapas del ciclo de vida del producto. Además, debe ser entregado dentro del plazo estipulado.

- **Presentación oral:**
  - Finalmente, el estudiante presentará los resultados de su análisis de manera clara y profesional, destacando la relación entre las 4 Ps y el ciclo de vida del producto, y explicando cómo las estrategias de marketing influyen en la evolución del producto desde su introducción hasta su declive.

7. NORMAS DE SEGURIDAD:

- **Ambiente seguro:**

Es fundamental garantizar un entorno seguro y ordenado para la clase práctica. El

aula o en casa (modalidad en línea) debe contar con condiciones adecuadas de ventilación, iluminación y espacio para la realización de actividades dinámicas. Se deberá identificar y minimizar riesgos potenciales, como obstáculos o mobiliario inadecuado, que puedan interferir con la movilidad o la interacción grupal.

- **Supervisión:**

El docente deberá supervisar todas las actividades prácticas para asegurar que se desarrollen de manera segura y conforme a las normas establecidas. Esto incluye brindar orientación oportuna, resolver dudas y garantizar la correcta implementación de las estrategias educativas diseñadas por los estudiantes.

- **Protocolos de interacción:**

Dado que la clase requiere trabajo en equipo e interacción continua, se promoverá el respeto mutuo, la comunicación asertiva y la prevención de conductas que puedan generar conflictos. Se establecerán reglas claras para garantizar un ambiente inclusivo y colaborativo.

- **Materiales y recursos:**

El uso de materiales educativos o tecnológicos deberá realizarse bajo la supervisión del docente. Los estudiantes deberán asegurarse de que los recursos sean utilizados de forma adecuada y en condiciones que eviten accidentes o daños.

- **Salud y bienestar:**

Se promoverá la atención a la salud física y emocional de los participantes. En caso de que un estudiante requiera atención por malestar o algún incidente, se activarán los protocolos correspondientes y se notificará de inmediato al personal responsabl

8. FORMACIÓN EN VALORES Y DESARROLLO DE HABILIDADES BLANDAS. (Revisar PEA)

Durante el desarrollo de la asignatura Desarrollo de Productos, los estudiantes fortalecerán su capacidad para trabajar en equipo, resolver problemas y enfrentar los desafíos del desarrollo y posicionamiento de productos con una actitud colaborativa. Se fomentarán valores como el respeto, la responsabilidad y la solidaridad en la gestión de proyectos de desarrollo de productos, asegurando que las decisiones se tomen de manera ética y profesional.

9. CONCLUSIONES:

Al finalizar la actividad, el estudiante identificará las fases del ciclo de vida del producto en la categoría de comida para mascotas de Nestlé y analizará cómo cada fase impacta las estrategias de las 4 Ps (producto, precio, plaza y promoción).

El estudiante desarrollará un informe detallado, propondrá mejoras estratégicas en cada etapa y presentará sus hallazgos de manera clara, demostrando su comprensión del ciclo de vida y su aplicación en las decisiones de marketing.

Además, fortalecerá su capacidad para integrar teorías de marketing con prácticas reales y mejorar su habilidad en la toma de decisiones estratégicas.

10. RECOMENDACIONES:

Al finalizar la actividad, se recomienda al estudiante que se enfoque en comprender profundamente cada fase del ciclo de vida del producto, prestando especial atención a cómo las estrategias de las 4 Ps se ajustan a cada etapa.

Es esencial que el informe sea claro, estructurado y respaldado por ejemplos reales para demostrar su comprensión del impacto de las decisiones de marketing en el ciclo de vida del producto. Además, el estudiante debe utilizar fuentes confiables y análisis críticos para proponer mejoras que optimicen el desempeño del producto a lo largo de su ciclo.

La presentación final debe resaltar la aplicación práctica de los conceptos y estrategias aprendidas, enfocándose en su relevancia para la toma de decisiones estratégicas efectivas en el marketing.