



Guía Docente				
Datos Identificativos				2015/16
Asignatura (*)	Marketing	Código	771G01032	
Titulación	Grao en Enxeñaría de Deseño Industrial e Desenvolvemento do Produto			
Descritores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Grao	1º cuatrimestre	Terceiro	Obrigatoria	6
Idioma	Galego			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Análise Económica e Administración de Empresas			
Coordinación	Blazquez Lozano, Felix	Correo electrónico	felix.blazquez@udc.es	
Profesorado	Blazquez Lozano, Felix Salido Andrés, Noelia	Correo electrónico	felix.blazquez@udc.es noelia.sandres@udc.es	
Web				
Descrición xeral	El objetivo principal de esta asignatura es adquirir las capacidades, destrezas y habilidades de marketing que le permitirán al diseñador crear y desarrollar no sólo productos adaptados a las necesidades de los consumidores o usuarios (sean estos consumidores o empresas) sino la metodología para identificar problemas visuales, técnicos, funcionales o estéticos en los productos y poder resolverlos.			

Competencias do título	
Código	Competencias do título
A1	Aplicar o coñecemento das diferentes áreas involucradas no Plano Formativo.
A3	Necesidade dunha aprendizaxe permanente e continua (Life-long learning), e especialmente orientada cara os avances e os novos produtos do mercado.
A4	Traballar de forma efectiva como individuo e como membro de equipos diversos e multidisciplinares.
A5	Identificar, formular e resolver problemas de enxeñaría.
A6	Formación ampla que posibilite a comprensión do impacto das solucións de enxeñaría nos contextos económico, medioambiental, social e global.
A7	Capacidade para deseño, redacción e dirección de proxectos, en todas as súas diversidades e fases.
A9	Capacidade para efectuar decisións técnicas tendo en conta as súas repercusións ou costes económicos, de contratación, de organización ou xestión de proxectos.
A10	Comprensión das responsabilidades éticas e sociais derivadas da súa actividade profesional.
B1	Capacidade de comunicación oral e escrita de maneira efectiva con ética e responsabilidade social como cidadán e como profesional.
B2	Aplicar un pensamento crítico, lóxico e creativo para cuestionar a realidade, buscar e propoñer solucións innovadoras a nivel formal, funcional e técnico.
B4	Traballar de forma colaborativa. Coñecer as dinámicas de grupo e o traballo en equipo.
B5	Resolver problemas de forma efectiva.
B6	Traballar de forma autónoma con iniciativa.
B7	Capacidade de liderado e para a toma de decisións.
B9	Comunicarse de maneira efectiva nun entorno de traballo.
B10	Capacidade de organización e planificación.
B11	Capacidade de análise e síntese.
B12	Comprensión das responsabilidades éticas e sociais derivadas da súa actividade profesional
C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral coma escrita, nas linguas oficiais da comunidade autónoma.
C3	Utilizar as ferramentas básicas das tecnoloxías da información e as comunicacións (TIC) necesarias para o exercicio da súa profesión e para a aprendizaxe ao longo da súa vida.
C6	Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse.
C7	Asumir como profesional e cidadán a importancia da aprendizaxe ao longo da vida.



C8	Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade.
----	---

Resultados da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe	Competencias do título		
Traballar de forma efectiva como individuo e como membro de equipos diversos e multidisciplinares.	A1	B1	
	A4	B2	
Comprensión das responsabilidades éticas e sociais derivadas da súa actividade profesional.	A5	B4	
	A7	B5	
Capacidade para deseño, redacción e dirección de proxectos, en todas as súas diversidades e fases.	A9	B6	
	A10	B7	
Capacidade para efectuar decisións técnicas tendo en conta as súas repercusións ou costes económicos, de contratación, de organización ou xestión de proxectos		B10	
Capacidade de comunicación oral e escrita de maneira efectiva con ética e responsabilidade social como cidadán e como profesional.	A6	B1	C7
		B4	C8
		B5	
Traballar de forma colaborativa. Coñecer as dinámicas de grupo e o traballo en equipo.		B9	
		B12	
Resolver problemas de forma efectiva.			
Comunicarse de maneira efectiva nun entorno de traballo.			
Expresarse correctamente, tanto de forma oral coma escrita, nas linguas oficiais da comunidade autónoma.	A3	B11	C1
C2 Dominar a expresión e a comprensión de forma oral e escrita dun idioma estranxeiro.			C3
			C6
Utilizar as ferramentas básicas das tecnoloxías da información e as comunicacións (TIC) necesarias para o exercicio da súa profesión e para a aprendizaxe ao longo da súa vida.			

Contidos	
Temas	Subtemas
PARTE I. INTRODUCCIÓN AL MARKETING Y SU APLICACIÓN AL DISEÑO	TEMA 1. MARKETING: INTRODUCCION
PARTE II. ANALISIS DE OPORTUNIDADES	TEMA 2. ANALISIS DEL ENTORNO Y COMPETENCIA
	TEMA 3 EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
	TEMA 4. INVESTIGACION DE MERCADOS
	TEMA 5. SEGMENTACION DE MERCADOS
PARTE III. INNOVACION Y DESARROLLO DEL PRODUCTO	TEMA 6. INNOVACION Y DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS
PARTE IV. DECISIONES DE MARKETING	TEMA 7. POLITICA DE PRODUCTO
	TEMA 8. POLITICA DE DISTRIBUCION Y PRECIOS
	TEMA 9. POLITICA DE COMUNICACION

Planificación
---------------



Metodoloxías / probas	Competencias	Horas presenciais	Horas non presenciais / traballo autónomo	Horas totais
Traballos tutelados	A1 A4 A5 A6 A7 A9 B2 B4 B7 B10 B11 C6	25	50	75
Proba de resposta múltiple	B5 B6 B11	1	7.5	8.5
Presentación oral	A7 B1 B9 B10 C3 C1	1	1	2
Sesión maxistral	A3 A10 B12 C7 C8	17	42.5	59.5
Atención personalizada		5	0	5

\*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Traballos tutelados	Los alumnos desarrollarán un trabajo que será tutelado por el docente y por tanto tendrá apoyo tutorial. Se formarán grupos reducidos de alumnos. El trabajo tiene por objetivo la aplicación de los conceptos y fundamentos que se explican en clase y la estructura básica estará relacionada con el orden y estructura de temas que se explican a lo largo de la asignatura. El docente irá tutorizando y realizando el seguimiento del grupo de forma gradual de manera que el grupo pueda ir desarrollando el trabajo paulatinamente a medida que se desarrolla la asignatura. De esta forma se consigue una docencia interactiva, práctica y una participación activa por parte del alumno a lo largo del proceso de aprendizaje. La entrega del trabajo está pensada para la última semana de período lectivo si bien se ajustará a la disponibilidad de tiempo del alumno.
Proba de resposta múltiple	Test de respuesta múltiple individual: 20 preguntas tipo test. Cada pregunta mal contestada penaliza un tercio del valor de la pregunta
Presentación oral	Intervención inherente aos procesos de ensino-aprendizaxe baseada na exposición verbal a través da que o alumnado e profesorado interactúan dun modo ordenado, propoñendo cuestións, facendo aclaracións e expoñendo temas, traballos, conceptos, feitos ou principios de forma dinámica.
Sesión maxistral	Explicación en clase de los diferentes temas con apoyo de transparencias y medios audiovisuales. Se valora la participación activa del alumno y de los diferentes miembros del subgrupo formado

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Traballos tutelados	Los diferentes miembros del grupo pueden consultar la parte que tienen que desarrollar en el caso práctico o trabajo.  Asimismo, si se tiene alguna duda de material explicado en clase, se puede consultar con el docente en su despacho o fijar otro momento para aclarar dudas y facilitar el seguimiento del alumno

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias	Descrición	Cualificación
Traballos tutelados	A1 A4 A5 A6 A7 A9 B2 B4 B7 B10 B11 C6	Se evalúa la claridad, la síntesis, el orden, la originalidad y la calidad de la presentación en la resolución del caso práctico (empresa o marca, sector, producto o tendencias)	20
Proba de resposta múltiple	B5 B6 B11	Pregunta tipo test de respuesta múltiple. Se requiere una calificación mínima de 4 puntos sobre 10 para que compute en la calificación final. Si no se saca un 4, independiente mente de la calificación de la parte práctica, entonces no se puede superar la asignatura	60
Presentación oral	A7 B1 B9 B10 C3 C1	Presentación del trabajo por parte del grupo	20



## Observacións avaliación

## Fontes de información

### Bibliografía básica

- Santesmases, M. (2005). Marketing. Conceptos y Estrategias.. Pirámide, Madrid
- Kotler, P.; Cámara, D.; Grande, I. Y Cruz (2007). Introducción al Marketing.. Prentice-Hall, Madrid
- Kotler, P.; Cámara, D.; Grande, I. Y Cruz (2007). Introducción al Marketing. Prentice-Hall, Madrid, Santesmases, M. (2005). Marketing. Conceptos y Estrategias. Pirámide, Madrid

### Bibliografía complementaria

## Recomendacións

### Materias que se recomenda ter cursado previamente

Deseño e Produto/771G01023

Proxectos de Deseño I/771G01024

### Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Aspectos Económicos e Empresariais do Deseño/771G01033

Administración e Organización Industrial/771G01034

### Materias que continúan o temario

## Observacións

(\*A Guía docente é o documento onde se visualiza a proposta académica da UDC. Este documento é público e non se pode modificar, salvo casos excepcionais baixo a revisión do órgano competente dacordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías