



| Guía docente          |  |                    |             |          |
|-----------------------|--|--------------------|-------------|----------|
| Datos Identificativos |  |                    |             | 2017/18  |
| Asignatura (*)        | Marketing                              | Código             | 771011304   |          |
| Titulación            | Enxeñeiro Técnico en Deseño Industrial |                    |             |          |
| Descritores           |  |                    |             |          |
| Ciclo                 | Periodo                                | Curso              | Tipo        | Créditos |
| 1º y 2º Ciclo         | 1º cuatrimestre                        | Tercero            | Obligatoria | 6        |
| Idioma                | Castellano                             |                    |             |          |
| Modalidad docente     | Presencial                             |                    |             |          |
| Prerrequisitos        |  |                    |             |          |
| Departamento          |  |                    |             |          |
| Coordinador/a         |  | Correo electrónico |             |          |
| Profesorado           |  | Correo electrónico |             |          |
| Web                   | www.gcd.udc.es                         |                    |             |          |
| Descripción general   |  |                    |             |          |

| Competencias del título |   |
|-------------------------|---|
| Código                  | Competencias del título   |
| A4                      | Trabajar de forma efectiva como individuo y como miembro de equipos diversos y multidisciplinares.  |
| A5                      | Identificar, formular y resolver problemas de ingeniería.   |
| A8                      | Capacidad de usar las técnicas, habilidades y herramientas modernas para la práctica de la ingeniería.  |
| C6                      | Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse.          |
| C8                      | Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad. |

| Resultados de aprendizaje   |    |  |                         |
|---|----|--|-------------------------|
| Resultados de aprendizaje   |    |  | Competencias del título |
| Aprender los fundamentos de marketing a la Ingeniería de Producto   | A4 |  |                         |
|   | A5 |  |                         |
| Aprender a analizar los aspectos clave del diseño de nuevos productos   | A4 |  |                         |
|   | A5 |  |                         |
| Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade. |    |  | C6<br>C8                |
| Capacidade para deseño, redacción e dirección de proxectos, en todas as súas diversidades e fases.  | A8 |  |                         |

| Contenidos   |  |
|--|--|
| Tema   | Subtema  |
| PARTE I. INTRODUCCION AL MARKETING Y SU APLICACIÓN AL DISEÑO       | TEMA 1. MARKETING: INTRODUCCION  |
| PARTE II. ANALISIS DE OPORTUNIDADES Y ESTRATEGIA                   | TEMA 2. ANALISIS DEL ENTORNO Y COMPETENCIA   |
|  | TEMA 3 EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR  |
|  | TEMA 4. ANALISIS INTERNO   |
| PARTE III. CONCEPTUALIZACION, INGENIERIA Y DESARROLLO DEL PRODUCTO | TEMA 5. CONCEPTUALIZACION Y CREACION DE VALOR PROCESO DE INNOVACION Y DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS |



|  |   |
|--|---|
| PARTE IV. DECISIONES ESTRATEGICAS DE MARKETING | TEMA 6. ESTRATEGIA DE LA EMPRESA                |
|  | TEMA 7. LA SEGMENTACIÓN Y POSICIONAMIENTO       |
|  | TEMA 8. MARKETING-MIX Y SU APLICACIÓN AL DISEÑO |

| Planificación                |              |                    |  |               |
|------------------------------|--------------|--------------------|--|---------------|
| Metodologías / pruebas       | Competencias | Horas presenciales | Horas no presenciales / trabajo autónomo | Horas totales |
| Presentación oral            |              | 3                  | 3  | 6             |
| Trabajos tutelados           |              | 20                 | 50                                       | 70            |
| Sesión magistral             |              | 20                 | 30                                       | 50            |
| Prueba de respuesta múltiple |              | 2                  | 12                                       | 14            |
| Atención personalizada       |              | 10                 | 0  | 10            |

(\*) Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos

| Metodologías                 |   |
|------------------------------|---|
| Metodologías                 | Descripción   |
| Presentación oral            | PRESENTACION DEL TEMARIO Y DE LOS CRITERIOS DE EVALUACION         |
| Trabajos tutelados           | SE HARA UN TRABAJO TUORIZADO A CADA GRUPO (5-7 PERSONAS)          |
| Sesión magistral             | CLASE MAGISTRAL DE LOS 8 TEMAS (1,5-2 HORAS POR TEMA APROX.)      |
| Prueba de respuesta múltiple | TEST DE 15 PREGUNTAS RESPUESTA MULTIPLE DE LOS 8 TEMAS IMPARTIDOS |

| Atención personalizada |  |
|------------------------|--|
| Metodologías           | Descripción  |
| Trabajos tutelados     | SE TUTORIZARA AL GRUPO CON APOYO DE TUTORIA VIRTUAL DE CADA ALUMNO SI LO PRECISASE |

| Evaluación                   |              |  |              |
|------------------------------|--------------|--|--------------|
| Metodologías                 | Competencias | Descripción  | Calificación |
| Prueba de respuesta múltiple |              | 20 PREGUNTAS TIPO TEST DE RESPUESTA MULTIPLE (SOLO UNA ES CORRECTA)                                  | 50           |
| Trabajos tutelados           |              | ENTREGA EN POWERPOINT Y EN FORMATO WORD DE LAS PRACTICAS Y DEL TRABAJO TUTELADO A LO LARGO DEL CURSO | 50           |
| Otros                        |              |  |              |

| Observaciones evaluación  |
|---|
| ES NECESARIO APROBAR EL EXAMEN PARA SUPERAR LA ASIGNATURA Y LAS PREGUNTAS TIPO TEST MAL CONTESTADAS PENALIZAN |

| Fuentes de información |   |
|------------------------|---|
| Básica                 | - MONTAÑA, J (1995). Diseño y estrategia de producto. Barcelona<br>- SANTESMASES, M. (1998), ). Marketing. Conceptos y Estrategias. Pirámide, Madrid. |
| Complementaria         |   |

| Recomendaciones   |
|---|
| Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente |



|   |
|---|
| Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente  |
|   |
| Asignaturas que continúan el temario  |
|   |
| Otros comentarios   |
| SE FACILITARA LA BIBLIOGRAFIA PARA CADA BLOQUE DE TEMAS Y CASOS PRACTICOS QUE SIRVAN DE EJEMPLO A LOS ALUMNOS |

(\*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías