



Guía Docente

| Datos Identificativos | | | | |
|-----------------------|-----------------|----------|--------------------|----------|
| | | | 2017/18 | |
| Asignatura (*) | Marketing | Código | 771011304 | |
| Titulación | | | | |
| Descritores | | | | |
| Ciclo | Período | Curso | Tipo | Créditos |
| 1º e 2º Ciclo | 1º cuatrimestre | Terceiro | Obrigatoria | 6 |
| Idioma | Castelán | | | |
| Modalidade docente | Presencial | | | |
| Prerrequisitos | | | | |
| Departamento | | | | |
| Coordinación | | | Correo electrónico | |
| Profesorado | | | Correo electrónico | |
| Web | www.gcd.udc.es | | | |
| Descrición xeral | | | | |

Competencias / Resultados do título

| Código | Competencias / Resultados do título |
|--------|-------------------------------------|
| | |

Resultados da aprendizaxe

| Resultados de aprendizaxe | Competencias / Resultados do 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 C8 |
| Capacidade para deseño, redacción e dirección de proxectos, en todas as súas diversidades e fases. | A8 | | |

Contidos

| Temas | Subtemas |
|--|--|
| 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

| |
|--|
| |
|--|



| Metodoloxías / probas | Competencias / Resultados | Horas lectivas (presenciais e virtuais) | Horas traballo autónomo | Horas totais |
|----------------------------|---------------------------|---|-------------------------|--------------|
| Presentación oral | | 3 | 3 | 6 |
| Traballos tutelados | | 20 | 50 | 70 |
| Sesión maxistral | | 20 | 30 | 50 |
| Proba de resposta múltiple | | 2 | 12 | 14 |
| Atención personalizada | | 10 | 0 | 10 |

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

| Metodoloxías | |
|----------------------------|---|
| Metodoloxías | Descrición |
| Presentación oral | PRESENTACION DEL TEMARIO Y DE LOS CRITERIOS DE EVALUACION |
| Traballos tutelados | SE HARA UN TRABAJO TUORIZADO A CADA GRUPO (5-7 PERSONAS) |
| Sesión maxistral | CLASE MAGISTRAL DE LOS 8 TEMAS (1,5-2 HORAS POR TEMA APROX.) |
| Proba de resposta múltiple | TEST DE 15 PREGUNTAS RESPUESTA MULTIPLE DE LOS 8 TEMAS IMPARTIDOS |

| Atención personalizada | |
|------------------------|--|
| Metodoloxías | Descrición |
| Traballos tutelados | SE TUTORIZARA AL GRUPO CON APOYO DE TUTORIA VIRTUAL DE CADA ALUMNO SI LO PRECISASE |

| Avaliación | | | |
|----------------------------|---------------------------|--|---------------|
| Metodoloxías | Competencias / Resultados | Descrición | Cualificación |
| Proba de resposta múltiple | | 20 PREGUNTAS TIPO TEST DE RESPUESTA MULTIPLE (SOLO UNA ES CORRECTA) | 50 |
| Traballos tutelados | | ENTREGA EN POWERPOINT Y EN FORMATO WORD DE LAS PRACTICAS Y DEL TRABAJO TUTELADO A LO LARGO DEL CURSO | 50 |
| Outros | | | |

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

| Fontes de información | |
|-----------------------------|---|
| Bibliografía básica | - MONTAÑA, J (1995). Diseño y estrategia de producto. Barcelona - SANTESMASES, M. (1998),). Marketing. Conceptos y Estrategias. Pirámide, Madrid. |
| Bibliografía complementaria | |

| Recomendacións |
|---|
| Materias que se recomenda ter cursado previamente |
| Materias que se recomenda cursar simultaneamente |
| Materias que continúan o temario |
| Observacións |
| SE FACILITARA LA BIBLIOGRAFIA PARA CADA BLOQUE DE TEMAS Y CASOS PRACTICOS QUE SIRVAN DE EJEMPLO A LOS ALUMNOS |



(*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