



Guía Docente				
Datos Identificativos				2018/19
Asignatura (*)	Produto e Mercado	Código	771528006	
Titulación	Máster Universitario en Enxeñaría en Deseño Industrial			
Descritores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Mestrado Oficial	1º cuatrimestre	Primeiro	Obrigatoria	6
Idioma				
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Análise Económica e Administración de Empresas Empresa			
Coordinación	Salido Andrés, Noelia	Correo electrónico	noelia.sandres@udc.es	
Profesorado	Salido Andrés, Noelia	Correo electrónico	noelia.sandres@udc.es	
Web				
Descrición xeral				

Competencias do título	
Código	Competencias do título

Resultados da aprendizaxe		
Resultados de aprendizaxe	Competencias do título	
Comprender a relevancia da variable produto e o seu encaixe nun mercado volátil, con derivadas globais e locais e extremadamente competitivo.		
Aprender o concepto de produto, e os procesos de ciclo de vida de produto, xestión da carteira de produtos e de desenvolvemento de novos produtos con especial orientación á industria, así como a identificación das principais implicacións en materia de distribución e comunicación a ter en conta.		
Descubrir as ventaxas, riscos e potencialidades da creación e deseño de produtos no contexto da Industria 4.0		
Aprender a xestionar factores como a innovación, sustentabilidade, ética, e responsabilidade social no deseño de produtos industriais como resposta as demandas crecentes do mercado actual.		

Contidos	
Temas	Subtemas
Tema 1: Importancia da variable Produto, Concepto de Produto e Ciclo de vida de Produto	
Tema 2: (Micro) Segmentación de Mercado e Posicionamento de Produto	
Tema 3: Xestión da carteira de produtos	
Tema 4: Deseño de novos produtos no marco da Industria 4.0. Implicacións en materia de distribución e comunicación	
Tema 5: Innovación, sustentabilidade, ética e responsabilidade social aplicados a Produto e Mercado	

Planificación
---------------



Metodoloxías / probas	Competencias	Horas presenciais	Horas non presenciais / traballo autónomo	Horas totais
Traballos tutelados		20	80	100
Proba de resposta múltiple		1	0	1
Presentación oral		5	0	5
Sesión maxistral		17	27	44
Atención personalizada		0		0

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

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Traballos tutelados	O alumnado participará en tutorías para a elaboración de casos prácticos que requirirán de traballo autónomo previo e posterior fora da aula.
Proba de resposta múltiple	O alumnado examinaráse dos contidos da asignatura a través dunha proba tipo test de resposta múltiple na que soamente unha resposta é correcta e na que as preguntas mal contestadas penalizarán un tercio do valor da pregunta.
Presentación oral	Presentación presencial e plenaria dos casos prácticos realizados polo alumnado ao longo do cuadrimestre.
Sesión maxistral	Impartición dos contidos teóricos dos temas que conforman a asignatura, podendo ser complementada ou impartida a través de conferencias invitadas

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Traballos tutelados Presentación oral	Axudar no tratamento e resolución de problemas na preparación dos traballos tutelados e da presentación oral, tanto no caso dos alumnos matriculados en réxime de dedicación a tempo completo como no caso de alumnos con recoñecemento de dedicación a tempo parcial.

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias	Descrición	Cualificación
Traballos tutelados		Asistencia, participación e preparación de calidade das tutorías dos casos prácticos a realizar, así como a creatividade e calidade formal e de contido dos casos prácticos resultantes baseados nos contidos da asignatura.	40
Proba de resposta múltiple		Faráse un exame no formato de proba de resposta múltiple, na que soamente unha resposta é a correcta. As respostas incorrectas penalizarán. O exame ponderará o 50% da calificación final, sendo necesario aprobalo (calificación mínima de 5 nunha escala de 0 a 10) para aprobar a asignatura.	50
Presentación oral		Presentación presencial, oral, plenaria e en equipo dos casos prácticos realizados ao longo do cuadrimestre.	10

Observacións avaliación
-------------------------



Aplicaránse os mesmos criterios de avaliación na primeira e segunda oportunidades. Estes criterios de avaliación son os mesmos para os alumnos matriculados en réxime de dedicación a tempo completo como non caso de alumnos con recoñecemento de dedicación a tempo parcial.

## Fontes de información

<b>Bibliografía básica</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Valencia López, Víctor. (2013). Entorno, mercado, clientes, produto y precio. Madrid : ESIC</li><li>- Kotler, Philip. (2017). Fundamentos de marketing . México: Pearson Educación</li><li>- Kotler, Philip. (2011). Marketing 3.0 . LID Editorial</li><li>- Serrano Gómez, S. y Serrano Domínguez, C. (2005). Gestión, Dirección y Estrategia de produto. Madrid : ESIC</li><li>- Alcaide, Juan Carlos (2015). Los 100 errores de la experiencia del cliente. Madrid : ESIC</li><li>- Ruiz de Maya, S. y Grande Esteban, I. (2013). Casos de comportamento del consumidor. Madrid : ESIC</li></ul> 
<b>Bibliografía complementaria</b>	

## Recomendacións

### Materias que se recomenda ter cursado previamente

Introdución ao Marketing/611G02015

### Materias que se recomenda cursar simultaneamente

### Materias que continúan o temario

## Observacións

Asistencia ás tutorías dos casos prácticos programadas durante o cuadrimestre

(\*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