



Teaching Guide

Identifying Data					2018/19
Subject (*)	Product and Market	Code	771528006		
Study programme	Máster Universitario en Enxeñaría en Deseño Industrial				
Descriptors					
Cycle	Period	Year	Type	Credits	
Official Master's Degree	1st four-month period	First	Obligatory	6	
Language					
Teaching method	Face-to-face				
Prerequisites					
Department	Análise Económica e Administración de EmpresasEmpresa				
Coordinador	Salido Andrés, Noelia	E-mail	noelia.sandres@udc.es		
Lecturers	Salido Andrés, Noelia	E-mail	noelia.sandres@udc.es		
Web					
General description					

Study programme competences

Code	Study programme competences

Learning outcomes

Learning outcomes	Study programme competences
<p>Comprender a relevancia da variable produto e o seu encaixe nun mercado volátil, con derivadas globais e locais e extremadamente competitivo.</p> <p>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.</p> <p>Descubrir as ventaxas, riscos e potencialidades da creación e deseño de produtos no contexto da Industria 4.0</p> <p>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.</p>	

Contents

Topic	Sub-topic
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	

Planning

--



Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student?s personal work hours	Total hours
Supervised projects		20	80	100
Multiple-choice questions		1	0	1
Oral presentation		5	0	5
Guest lecture / keynote speech		17	27	44
Personalized attention		0		0

(*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Methodologies	
Methodologies	Description
Supervised projects	O alumnado participará en tutorías para a elaboración de casos prácticos que requirirán de traballo autónomo previo e posterior fora da aula.
Multiple-choice questions	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.
Oral presentation	Presentación presencial e plenaria dos casos prácticos realizados polo alumnado ao longo do cuadrimestre.
Guest lecture / keynote speech	Impartición dos contidos teóricos dos temas que conforman a asignatura, podendo ser complementada ou impartida a través de conferencias invitadas

Personalized attention	
Methodologies	Description
Supervised projects Oral presentation	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.

Assessment			
Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Supervised projects		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
Multiple-choice questions		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
Oral presentation		Presentación presencial, oral, plenaria e en equipo dos casos prácticos realizados ao longo do cuadrimestre.	10

Assessment comments
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.



Sources of information

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

Recommendations

Subjects that it is recommended to have taken before

Introduction to Marketing/611G02015

Subjects that are recommended to be taken simultaneously

Subjects that continue the syllabus

Other comments

Asistencia ás tutorías dos casos prácticos programadas durante o cuatrimestre

(*)The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.