



Guía Docente				
Datos Identificativos				2018/19
Asignatura (*)	Marketing	Código	771G01032	
Titulación				
Descritores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Grao	1º cuatrimestre	Terceiro	Obrigatoria	6
Idioma	Galego			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	EconomíaEmpresa			
Coordinación	Blazquez Lozano, Felix	Correo electrónico	felix.blazquez@udc.es	
Profesorado	Blazquez Lozano, Felix Membriela Pollán, Matías Enrique	Correo electrónico	felix.blazquez@udc.es matias.membriela@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 / Resultados do título	
Código	Competencias / Resultados do título

Resultados da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe	Competencias / Resultados 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. INTRODUCCION AO MARKETING E A SUA APLICACIÓN AO DESEÑO	TEMA 1. MARKETING: INTRODUCCION
PARTE II. ANALISE 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 E DESENRRROLO DO 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 / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas 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 C1 C3	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	Os alumnos desenvolverán un traballo que será tutelado polo docente e por tanto terá apoio tutorial. Formaranse grupos reducidos de alumnos. O traballo ten por obxectivo a aplicación dos conceptos e fundamentos que se explican en clase e a estrutura básica estará relacionada coa orde e estrutura de temas que se explican ao longo da materia. O docente irá tutorizando e realizando o seguimento do grupo de forma gradual de maneira que o grupo poida ir desenvolvendo o traballo paulatinamente a medida que se desarrolla a materia. Desta forma conséguese unha docencia interactiva, práctica e unha participación activa por parte do alumno ao longo do proceso de aprendizaxe. A entrega do traballo está pensada para a última semana de período lectivo aínda que se axustará á dispoñibilidade de tempo do alumno.
Proba de resposta múltiple	Test de resposta múltiple individual: 20 preguntas tipo test. Cada pregunta mal contestada penaliza un terzo do valor da 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 dos diferentes temas con apoio de transparencias e medios audiovisuais. Valórase a participación activa do alumno e dos diferentes membros do subgrupo formado



## Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Traballos tutelados	<p>Os diferentes membros do grupo poden consultar a parte que teñen que desenvolver no caso práctico ou traballo.</p> <p>Así mesmo, se se ten algunha dúbida de material explicado en clase, pódese consultar co docente no seu despacho ou fixar outro momento para aclarar dúbidas e facilitar o seguimento do alumno</p> <p>Para o alumnado con recoñecemento de dedicación a tempo parcial e dispensa académica de exención de asistencia, acordarase ao inicio do curso un calendario específico de titorías compatible coa súa dedicación.</p>

## Avaliación

Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	Cualificación
Traballos tutelados	A1 A4 A5 A6 A7 A9 B2 B4 B7 B10 B11 C6	Se evalúa a claridade, a síntese, a orde, a orixinalidade e a calidade da presentación na resolución do caso práctico (empresa ou marca, sector, produto ou tendencias)	20
Proba de resposta múltiple	B5 B6 B11	Pregunta tipo test de resposta múltiple. Requírese unha cualificación mínima de 4,5 puntos sobre 10 para que compute na calificación final. Se non se saca un 4,5, independente mente da calificación da parte práctica, entón non se pode superar a materia	60
Presentación oral	A7 B1 B9 B10 C1 C3	Presentación do traballo por parte do grupo	20

## Observacións avaliación

<p>Alumnos con dedicación a tempo parcial e dispensa académica de exención de asistencia: No caso de alumnos con dedicación a tempo parcial e dispensa académica de exención de asistencia, empregárase a plataforma Moodle e o correo electrónico como vehículo de comunicación principal para a xestión de contidos, titorías e a entrega de traballos. Acordarase ao comezo do curso un calendario específico de datas compatible coa súa dedicación, mais terán a mesma obriga de realizaren actividades e de acudir a calquera tipo de proba de avaliación que o alumnado a tempo completo.</p> <p>Excepto para as fechas aprobadas na Xunta de Facultade no que compete á proba obxectiva, para as restantes probas acordarase ao inicio do curso un calendario específico de datas compatible coa súa dedicación.</p>
--

## Fontes de información

<b>Bibliografía básica</b>	<p>- Santasmases, M. (2005). Marketing. Conceptos y Estrategias.. Pirámide, Madrid</p> <p>- Kotler, P.; Cámara, D.; Grande, I. Y Cruz (2007). Introducción al Marketing.. Prentice-Hall, Madrid</p> <p>Kotler, P.; Cámara, D.; Grande, I. Y Cruz (2007). Introducción al Marketing. Prentice-Hall, Madrid, Santasmases, M. (2005). Marketing. Conceptos y Estrategias. Pirámide, Madrid</p>
<b>Bibliografía complementaria</b>	

## 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