



| Guía docente          |  |                    |   |          |
|-----------------------|--|--------------------|---|----------|
| Datos Identificativos |  |                    |   | 2018/19  |
| Asignatura (*)        | Marketing  | Código             | 771G01032                                       |          |
| Titulación            | Grao en Enxeñaría de Deseño Industrial e Desenvolvemento do Produto  |                    |   |          |
| Descriptorios         |  |                    |   |          |
| Ciclo                 | Periodo  | Curso              | Tipo  | Créditos |
| Grado                 | 1º cuatrimestre  | Tercero            | Obligatoria                                     | 6        |
| Idioma                | Gallego  |                    |   |          |
| Modalidad docente     | Presencial   |                    |   |          |
| Prerrequisitos        |  |                    |   |          |
| Departamento          | Economía Empresa   |                    |   |          |
| Coordinador/a         | Blazquez Lozano, Felix   | Correo electrónico | felix.blazquez@udc.es                           |          |
| Profesorado           | Blazquez Lozano, Felix<br>Membíela Pollán, Matías Enrique  | Correo electrónico | felix.blazquez@udc.es<br>matias.membíela@udc.es |          |
| Web                   |  |                    |   |          |
| Descripción general   | 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 del título |   |
|--------------------------------------|---|
| Código                               | Competencias / Resultados del título  |
| A1                                   | Aplicar el conocimiento de las diferentes áreas involucradas en el Plan Formativo.  |
| A3                                   | Necesidad de un aprendizaje permanente y continuo. (Life-long learning), y especialmente orientado hacia los avances y los nuevos productos del mercado.                                    |
| A4                                   | Trabajar de forma efectiva como individuo y como miembro de equipos diversos y multidisciplinares.  |
| A5                                   | Identificar, formular y resolver problemas de ingeniería.   |
| A6                                   | Formación amplia que posibilite la comprensión del impacto de las soluciones de ingeniería en los contextos económico, medioambiental, social y global.                                     |
| A7                                   | Capacidad para diseño, redacción y dirección de proyectos, en todas sus diversidades y fases.   |
| A9                                   | Capacidad para efectuar decisiones técnicas teniendo en cuenta sus repercusiones o costes económicos, de contratación, de organización o gestión de proyectos.                              |
| A10                                  | Comprensión de las responsabilidades éticas y sociales derivadas de su actividad profesional.   |
| B1                                   | Capacidad de comunicación oral y escrita de manera efectiva con ética y responsabilidad social como ciudadano y como profesional.   |
| B2                                   | Aplicar un pensamiento crítico, lógico y creativo para cuestionar la realidad, buscar, y proponer soluciones innovadoras a nivel formal, funcional y técnico.                               |
| B4                                   | Trabajar de forma colaborativa. Conocer las dinámicas de grupo y el trabajo en equipo.  |
| B5                                   | Resolver problemas de forma efectiva.   |
| B6                                   | Trabajar de forma autónoma con iniciativa.  |
| B7                                   | Capacidad de liderazgo y para la toma de decisiones.  |
| B9                                   | Comunicarse de manera efectiva en un entorno de trabajo.  |
| B10                                  | Capacidad de organización y planificación.  |
| B11                                  | Capacidad de análisis y síntesis.   |
| B12                                  | Comprensión das responsabilidades éticas e sociais derivadas da súa actividade profesional  |
| C1                                   | Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en las lenguas oficiales de la comunidad autónoma.  |
| C3                                   | Utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida. |
| C6                                   | Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse.  |
| C7                                   | Asumir como profesional y ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida.   |



|    |   |
|----|---|
| 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 / Resultados del título |     |    |
| Trabajar de forma efectiva como individuo y como miembro de equipos diversos y multidisciplinares.  | A1                                   | B1  |    |
|   | A4                                   | B2  |    |
| Comprensión de las responsabilidades éticas y sociales derivadas de su actividad profesional.   | A5                                   | B4  |    |
|   | A7                                   | B5  |    |
| Capacidad para diseño, redacción y dirección de proyectos, en todas sus diversidades y fases.   | A9                                   | B6  |    |
|   | A10                                  | B7  |    |
| Capacidad para efectuar decisiones técnicas habida cuenta sus repercusiones o costes económicos, de contratación, de organización o gestión de proyectos                        |                                      | 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. |                                      |     |    |

| Contenidos   |   |
|--|---|
| Tema   | Subtema   |
| PARTE I. INTRODUCCION AL MARKETING Y SU APLICACIÓN AL DISEÑO | TEMA 1. MARKETING: INTRODUCCION                     |
| PARTE II. ANALISIS 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 Y DESARROLLO DEL 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                    |

|                      |
|----------------------|
| <b>Planificación</b> |
|----------------------|



| Metodoloxías / probas      | Competencias / Resultados                | Horas lectivas (presenciales y virtuales) | Horas traballo autónomo | Horas totales |
|----------------------------|--|---|-------------------------|---------------|
| Traballo tutelado          | A1 A4 A5 A6 A7 A9<br>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 magistral           | A3 A10 B12 C7 C8                         | 17  | 42.5                    | 59.5          |
| Atención personalizada     |  | 5   | 0                       | 5             |

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

| Metodoloxías               |   |
|----------------------------|---|
| Metodoloxías               | Descrición  |
| Traballo tutelado          | Los alumnos desenvolverán un traballo que será tutelado por el docente y por tanto tendrá apoio tutorial. Se formarán grupos reducidos de alumnos. El traballo tiene por obxectivo la aplicación de los conceptos y fundamentos que se explican en clase y la estrutura básica estará relacionada con el orden y estrutura de temas que se explican a lo largo de la asignatura. El docente irá tutorizando y realizando el seguimiento del grupo de forma gradual de maneira que el grupo pueda ir desenvolvendo el traballo paulatinamente a medida que se desarrolla la asignatura. De esta forma se consigue una docencia interactiva, práctica y una participación activa por parte del alumno a lo largo del proceso de aprendizaje. La entrega del traballo está pensada para la última semana de período lectivo si bien se ajustará a la disponibilidad de tempo del alumno. |
| Proba de resposta múltiple | Test de resposta múltiple individual: 20 preguntas tipo test. Cada pregunta mal contestada penaliza un tercio del valor de la pregunta  |
| Presentación oral          | Intervención inherente a los procesos de enseñanza-aprendizaje basada en la exposición verbal a través de la que el alumnado y profesorado interactúan de un modo ordenado, proponiendo cuestións, haciendo aclaracións e exponiendo temas, traballos, conceptos, hechos o principios de forma dinámica.  |
| Sesión magistral           | Explicación en clase de los diferentes temas con apoio de transparencias y medios audiovisuales. Se valora la participación activa del alumno y de los diferentes miembros del subgrupo formado   |

| Atención personalizada |   |
|------------------------|---|
| Metodoloxías           | Descrición  |
| Traballo tutelado      | Os diferentes membros do grupo poden consultar a parte que teñen que desenvolver no caso práctico ou traballo.<br><br>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 seguimiento do alumno<br><br>Para el alumnado con reconocimiento de dedicación a tempo parcial y dispensa académica de exención de asistencia, se acordará al inicio del curso un calendario específico de tutorías compatible con su dedicación. |

| Evaluación        |  |   |              |
|-------------------|--|---|--------------|
| Metodoloxías      | Competencias / Resultados                | Descrición  | Calificación |
| Traballo tutelado | A1 A4 A5 A6 A7 A9<br>B2 B4 B7 B10 B11 C6 | Se evalúa la claridad, la síntesis, el orden, la originalidad y la calidad de la presentación en la resolución del caso práctico (empresa o marca, sector, produto o tendencias). | 20           |



|                              |                    |  |    |
|------------------------------|--------------------|--|----|
| Prueba de respuesta múltiple | B5 B6 B11          | Pregunta tipo test de respuesta múltiple. Se requiere una calificación mínima de 4,5 puntos sobre 10 para que compute en la calificación final. Si no se saca un 4,5, independiente mente de la calificación de la parte práctica, entonces no se puede superar la asignatura. | 60 |
| Presentación oral            | A7 B1 B9 B10 C1 C3 | Presentación del trabajo por parte del grupo   | 20 |

### Observaciones evaluación

Alumnos con dedicación a tiempo parcial y dispensa académica de exención de asistencia: En el caso de alumnos con dedicación a tiempo parcial y dispensa académica de exención de asistencia, se empleará la plataforma Moodle y el correo electrónico como vehículo de comunicación principal para la gestión de contenidos, tutorías y la entrega de trabajos. Se acordará al inicio del curso un calendario específico de fechas compatible con su dedicación, mas tendrán la mismo deber de realizar actividades y de acudir la cualquier tipo de prueba de evaluación que el alumnado a tiempo completo.

Excepto para las cierras aprobadas en la Xunta de Facultad en el que compete a la prueba objetiva, para las restantes pruebas se acordará al inicio del curso un calendario específico de cierras compatible con su dedicación.

### Fuentes de información

|                       |  |
|-----------------------|--|
| <b>Básica</b>         | - Santesmases, M. (2005). Marketing. Conceptos y Estrategias.. Pirámide, Madrid<br>- Kotler, P.; Cámara, D.; Grande, I. Y Cruz (2007). Introducción al Marketing.. Prentice-Hall, Madrid<br>Kotler, P.; Cámara, D.; Grande, I. Y Cruz (2007). Introducción al Marketing. Prentice-Hall, Madrid, Santesmases, M. (2005). Marketing. Conceptos y Estrategias. Pirámide, Madrid |
| <b>Complementaria</b> |  |

### Recomendaciones

#### Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Diseño y Producto/771G01023  
Proyectos de Diseño I/771G01024

#### Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Aspectos Económicos y Empresariales del Diseño/771G01033  
Administración y Organización Industrial/771G01034

#### Asignaturas que continúan el temario

#### Otros comentarios

(\* ) 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