



Guía docente				
Datos Identificativos				2019/20
Asignatura (*)	Producto y Mercado	Código	771528006	
Titulación	Máster Universitario en Enxeñaría en Deseño Industrial			
Descritores				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Máster Oficial	1º cuatrimestre	Primero	Obligatoria	6
Idioma				
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Empresa			
Coordinador/a	Salido Andrés, Noelia	Correo electrónico	noelia.sandres@udc.es	
Profesorado	Salido Andrés, Noelia	Correo electrónico	noelia.sandres@udc.es	
Web				
Descrición xeral				

Competencias del título	
Código	Competencias del título

Resultados de aprendizaje		
Resultados de aprendizaje	Competencias del 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.		

Contenidos	
Tema	Subtema
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 no presenciais / traballo autónomo	Horas totais
Traballo tutelado		20	80	100
Proba de resposta múltiple		1	0	1
Presentación oral		5	0	5
Sesión magistral		17	27	44
Atención personalizada		0		0

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

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Traballo tutelado	O alumnado participará en tutorías para a elaboración de casos prácticos que requirán de traballo autónomo previo e posterior fora da aula.
Proba de resposta múltiple	O alumnado examínase dos contidos da asignatura a través dunha proba tipo test de resposta múltiple na que soamente unha resposta é correcta.
Presentación oral	Presentación presencial e plenaria dos casos prácticos realizados polo alumnado ao longo do cuadrimestre.
Sesión magistral	Impartición dos contidos teóricos dos temas que conforman a asignatura, podendo ser complementada ou impartida a través de conferencias invitadas

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Traballo tutelado 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.

Evaluación			
Metodoloxías	Competencias	Descrición	Calificación
Traballo tutelado		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.	50
Proba de resposta múltiple		Faráse un exame no formato de proba de resposta múltiple na que soamente unha resposta é a correcta. O exame ponderará o 40% da calificación final.	40
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.



## Fuentes de información

<b>Básica</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Valencia López, Víctor. (2013). Entorno, mercado, clientes, producto 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 producto. 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 comportamiento del consumidor. Madrid : ESIC</li></ul> <p>&lt;br /&gt;</p>
<b>Complementaria</b>	

## Recomendaciones

### Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Introducción al Marketing/611G02015

### Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

### Asignaturas que continúan el temario

### Otros comentarios

Asistencia ás tutorías dos casos prácticos programadas durante o cuadrimestre

(\*) 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