



Guía docente				
Datos Identificativos				2019/20
Asignatura (*)	Marketing		Código	771G01032
Titulación	Grao en Enxeñaría de Deseño Industrial e Desenvolvemento do Produto			
Descritores				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Grado	1º cuatrimestre	Tercero	Obligatoria	6
Idioma	Gallego			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	EconomíaEmpresa			
Coordinador/a	Calvo Dopico, Domingo Javier	Correo electrónico	domingo.calvo.dopico@udc.es	
Profesorado	Calvo Dopico, Domingo Javier	Correo electrónico	domingo.calvo.dopico@udc.es	
	Membiela Pollán, Matías Enrique		matias.membiela@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, tecnicos, funcionales o estéticos en los productos y poder resolverlos.			

Competencias del título	
Código	Competencias 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	Adquirir habilidades para la vida y hábitos, rutinas y estilos de vida saludables.
C7	Desarrollar la capacidad de trabajar en equipos interdisciplinares o transdisciplinares, para ofrecer propuestas que contribuyan a un desarrollo sostenible ambiental, económico, político y social.



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 del título	
Trabajar de forma efectiva como individuo y como miembro de equipos diversos y multidisciplinares. Comprensión de las responsabilidades éticas y sociales derivadas de su actividad profesional. Capacidad para diseño, redacción y dirección de proyectos, en todas sus diversidades y fases. Capacidad para efectuar decisiones técnicas habida cuenta sus repercusiones o costes económicos, de contratación, de organización o gestión de proyectos	A1	B1	
	A4	B2	
	A5	B4	
	A7	B5	
	A9	B6	
Capacidad de comunicación oral y escrita de manera efectiva con ética y responsabilidad social como ciudadano y como profesional. Trabajar de forma colaborativa. Conocer las dinámicas de grupo y el trabajo en equipo. Resolver problemas de forma efectiva. Comunicarse de manera efectiva en un entorno de trabajo.	A10	B7	
		B10	
	A6	B1	C7
		B4	C8
		B5	
Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en las lenguas oficiales de la comunidad autónoma. Dominar la expresión y la comprensión de forma oral y escrita de un idioma extranjero 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.		B9	
		B12	
	A3	B11	C1
			C3
			C6

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. SEGMENTACION DE MERCADOS
PARTE III. INNOVACION Y DISEÑO DE NUEVOS PRODUCTOS O SERVICIOS	TEMA 5. INNOVACION Y DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS O SERVICIOS
PARTE IV. ESTRATEGIAS Y DECISIONES DE MARKETING	TEMA 6. ESTRATEGIAS DE MARKETING
	TEMA 7. POLITICA DE PRODUCTO Y MARCA
	TEMA 8. POLITICA DE DISTRIBUCION Y PRECIOS
	TEMA 9. POLITICA DE COMUNICACION

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias	Horas presenciales	Horas no presenciales / trabajo autónomo	Horas totales
Trabajos tutelados	A1 A4 A5 A6 A7 A9 B2 B4 B7 B10 B11 C6	13	26	39



Prueba de respuesta múltiple	B5 B6 B11	1	9.5	10.5
Estudio de casos	A7 B1 B9 B10 C1 C3	12	24	36
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

Metodologías	
Metodologías	Descripción
Trabajos tutelados	Los alumnos/as desarrollarán un trabajo que será tutorizado por el docente y por tanto tendrá apoyo tutorial. Se formarán grupos reducidos de alumnos/as, entre 4 y 7 alumnos/as. El trabajo tiene por objetivo la aplicación de los conceptos y fundamentos que se explican en clase a lo largo de la materia. El docente irá tutorizando y realizando el seguimiento del grupo de forma gradual de manera que el grupo pueda ir desarrollando el trabajo paulatinamente a medida que se desenvuelve la materia. De esta forma se consigue una docencia interactiva, práctica e una participación activa por parte del/la alumno/a a lo largo del proceso de aprendizaje. La entrega y/o presentación del trabajo estaría planificada para las dos últimas semanas del período lectivo aunque se ajustará a la organización del grupo que desarrollará el trabajo. Habrá un incentivo para el grupo que quiera presentar y defender públicamente el trabajo de hasta 0,5 puntos.
Prueba de respuesta múltiple	Test de respuesta múltiple individual: 20 preguntas tipo test. Cada pregunta mal contestada penaliza un tercio del valor de la pregunta
Estudio de casos	Los grupos reducidos de alumnos/as que se formarán para desarrollar el trabajo tutelado también deberán resolver un caso práctico. El grupo deberá resolver un caso práctico que será resuelto en un periodo de 1,5 horas. Para la programación de la fecha del caso práctico a resolver por el grupo reducido existirán dos posibilidades: una posibilidad es al finalizar los temas 1-6, ambos incluidos, y otra posibilidad será al finalizar el temario completo (1-9). El docente y el grupo acordarán la fecha de realización de la prueba.
Sesión magistral	Explicación en clase de los diferentes temas con apoyo de transparencias y medios audiovisuales. Se valora la participación activa del alumno y de los diferentes miembros del subgrupo formado

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Trabajos tutelados	Los diferentes miembros del grupo pueden consultar la parte que tienen que desarrollar en el caso práctico o trabajo. Asimismo, si se tiene alguna duda de material explicado en clase, se puede consultar con el docente en su despacho o fijar otro momento para aclarar dudas y facilitar el seguimiento del alumno Para el alumnado con reconocimiento de dedicación a tiempo parcial y dispensa académica de exención de asistencia, se acordará al inicio del curso un calendario específico de tutorías compatible con su dedicación.

Evaluación			
Metodologías	Competencias	Descripción	Calificación
Trabajos tutelados	A1 A4 A5 A6 A7 A9 B2 B4 B7 B10 B11 C6	Se evalúa la claridad, la síntesis, el orden, la originalidad y la calidad d.e la presentación (empresa o marca, sector, producto o tendencias) y las respuestas a las preguntas formuladas. Para la presentación el grupo puede escoger la/s persona/s que harían la presentación.	25



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.	50
Estudio de casos	A7 B1 B9 B10 C1 C3	Se valorará la precisión de las respuestas a las diferentes preguntas planteadas.	25

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

Fuentes de información

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

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