



Teaching Guide

Identifying Data					2020/21
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	Spanish				
Teaching method	Face-to-face				
Prerequisites					
Department	Empresa				
Coordinador	Salido Andrés, Noelia	E-mail	noelia.sandres@udc.es		
Lecturers	Salido Andrés, Noelia	E-mail	noelia.sandres@udc.es		
Web					
General description	<p>O principal obxectivo desta asignatura de máster é achegar aos estudantes á relevancia da variable produto e o seu encaixe nun mercado volátil, con derivadas globais e locais e extremadamente competitivo. Para logralo, os estudantes aprenderán 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 identificarán as principais implicacións en materia de distribución e comunicación a ter en conta. Descubriránse as ventaxas, riscos e potencialidades da creación e deseño de produtos no contexto da Industria 4.0; e, por último, valorarase a materialidade de xestionar factores como a innovación, sustentabilidade, ética, e responsabilidade social no deseño de produtos industriais como resposta as demandas crecentes no mercado actual dos grupos de interese.</p>				
Contingency plan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Modifications to the contents 2. Methodologies <ul style="list-style-type: none"> *Teaching methodologies that are maintained *Teaching methodologies that are modified 3. Mechanisms for personalized attention to students 4. Modifications in the evaluation <ul style="list-style-type: none"> *Evaluation observations: 5. Modifications to the bibliography or webgraphy 				

Study programme competences / results

Code	Study programme competences / results
A1	CE02 - Conocer las distintas disciplinas que confluyen en el diseño para colectividades "arquitectura, psicología ambiental, ecología, etc" y que le permitirán integrarse en equipos interdisciplinares.
A2	CE01 - Utilizar aplicaciones TIC para la concepción de nuevos productos, utilizar herramientas multimedia para la visualización, presentación y comunicación estratégica del producto y proyectos de diseño.
A3	CE03 - Conocer la ingeniería asistida por ordenador para valorar las características, propiedades, viabilidad y rentabilidad del producto.
A4	CE04 - Aplicar la metodología de la ingeniería de producto planteando soluciones apropiadas desde el punto de vista industrial, técnico y económico.
A7	CE07 - Aplicar técnicas de gestión de procesos para la agilización de tiempos en la concepción, producción y lanzamiento de productos.
A8	CE08 - Conocer técnicas de gestión del diseño a nivel operativo y estratégico para lograr la interlocución entre estrategia empresarial y diseñadores.



A9	CE09 - Diseñar centrándose en el usuario y los estilos de vida.
A10	CE10 - Diseñar, innovar y gestionar nuevos productos.
A11	CE11 - Diseñar, gestionar y comunicar aspectos corporativos adecuando los estilos gráficos al producto y al mercado.
A13	CE13 - Diseñar teniendo en cuenta la accesibilidad y la integración de las personas con discapacidad o con necesidades particulares de adaptación en la vida cotidiana.
A14	CE14 - Diseñar teniendo en cuenta factores humanos y criterios ergonómicos.
A16	CE16 - Incorporar al desarrollo del producto una relación efectiva entre diseño y marketing.
A18	CE18 - Integrarse en oficinas técnicas o departamentos I+D+I.
A20	CE20 - Analizar factores y métodos de investigación enfocados al conocimiento de los sistemas empresariales.
A21	CE21 - Gestión del conocimiento en diseño aplicado al modelo empresarial y al diseño de productos industriales.
A25	CE25 - Aplicar técnicas de análisis de nuevas demandas y de preferencias de usuario.
A26	CE26 - Integrar el ecodiseño dentro del sistema de gestión de la empresa.
B1	CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
B2	CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
B3	CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
B4	CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
B5	CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
B6	CG01 - Capacidad de organización y planificación para resolver problemas de carácter innovador de forma eficiente. Especialmente importante en el planteamiento y desarrollo de proyectos de Diseño Industrial conducentes a la conceptualización de nuevos productos viables industrial y empresarialmente. Se evaluará a través de los trabajos y proyectos prácticos que se desarrollan en el programa, tanto en las distintas materias como en el Proyecto Fin de Máster.
B8	CG03 - Capacidad crítica y autocrítica para valorar el conocimiento, la tecnología y la información disponible al resolver los problemas con que deben enfrentarse. Necesaria en todo proceso creativo en el que se busca un compromiso con la sociedad, la calidad del trabajo, los resultados y las soluciones propuestas. Se evaluará a través del seguimiento del progreso del alumno por parte de los profesores y responsables de la titulación.
B9	CG04 - Trabajo en equipo. Capacidad de abordar proyectos en colaboración con otros estudiantes, asumiendo roles y cumpliendo compromisos de cara al grupo. Se evaluará a través del seguimiento con los profesores y especialistas en las distintas disciplinas que conforman el plan de estudios propuesto.
B10	CG05 - Capacidad de planificación, diseño y gestión de proyectos, resolviendo los aspectos conceptuales, técnicos y organizativos del proyecto. Se evaluará gradualmente a través de los trabajos y proyectos prácticos que se desarrollan en el programa, tanto en las distintas materias como en el Proyecto Fin de Máster.
C1	CT01 - Capacidad de análisis, síntesis y estructuración de la información y las ideas. Desarrollo de habilidades comunicativas y claridad de exposición oral y escrita.
C2	CT02 - Capacidad para trabajar de forma autónoma y desarrollar un trabajo personal organizado y planificado.
C4	CT04 - Desarrollo para el ejercicio de una ciudadanía abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria, capaz de analizar la realidad, diagnosticar problemas, formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien común.
C5	CT05 - Comprensión de la importancia de la cultura emprendedora y conocimiento de los medios y recurso al alcance de los emprendedores.
C6	CT06 - Capacidad para enfrentarse a situaciones y problemas nuevos de forma proactiva.
C7	CT07 - Capacidad para dirigir y gestionar equipos multidisciplinares.
C8	CT08 - Valoración de la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad.

Learning outcomes



Learning outcomes	Study programme competences / results		
<p>Comprender a relevancia da variable producto e o seu encaixe nun mercado volátil, con derivadas globais e locais e extremadamente competitivo.</p> <p>Aprender o concepto de producto, e os procesos de ciclo de vida de producto, 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 ás demandas crecentes no mercado actual dos grupos de interese.</p>	AJ1 AJ2 AJ3 AJ4 AJ7 AJ8 AJ9 AJ10 AJ11 AJ13 AJ14 AJ16 AJ18 AJ20 AJ21 AJ25 AJ26	BJ1 BJ2 BJ3 BJ4 BJ5 BJ6 BJ8 BJ9 BJ10	CJ1 CJ2 CJ4 CJ5 CJ6 CJ7 CJ8
<p>Comprender a relevancia da variable producto e o seu encaixe nun mercado volátil, con derivadas globais e locais e extremadamente competitivo.</p> <p>Aprender o concepto de producto, e os procesos de ciclo de vida de producto, 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 no mercado actual dos grupos de interese.</p>	AJ1 AJ2 AJ3 AJ4 AJ7 AJ8 AJ9 AJ10 AJ11 AJ13 AJ14 AJ16 AJ18 AJ20 AJ21 AJ25 AJ26	BJ1 BJ2 BJ3 BJ4 BJ5 BJ6 BJ8 BJ9 BJ10	CJ1 CJ2 CJ4 CJ5 CJ6 CJ7 CJ8



Comprender a relevancia da variable produto e o seu encaixe nun mercado volátil, con derivadas globais e locais e extremadamente competitivo.	AJ1	BJ1	CJ1
	AJ2	BJ2	CJ2
	AJ3	BJ3	CJ4
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.	AJ4	BJ4	CJ5
	AJ7	BJ5	CJ6
	AJ8	BJ6	CJ7
	AJ9	BJ8	CJ8
Descubrir as ventaxas, riscos e potencialidades da creación e deseño de produtos no contexto da Industria 4.0	AJ10	BJ9	
	AJ11	BJ10	
Aprender a xestionar factores como a innovación, sustentabilidade, ética, e responsabilidade social no deseño de produtos industriais como resposta ás demandas crecentes no mercado actual dos grupos de interese.	AJ13		
	AJ14		
	AJ16		
	AJ18		
	AJ20		
	AJ21		
	AJ25		
	AJ26		

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 / Results	Teaching hours (in-person & virtual)	Student?s personal work hours	Total hours
Supervised projects	A26 A25 A21 A20 A18 A16 A14 A13 A11 A10 A9 A8 A7 A4 A3 A2 A1 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 B10 C1 C2 C4 C5 C6 C7 C8	20	78	98
Multiple-choice questions	A1 A2 A3 A4 A7 A8 A9 A10 A11 A13 A14 A16 A18 A20 A21 A25 A26 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 B10 C1 C2 C4 C5 C6 C7 C8	1	0	1



Oral presentation	A1 A2 A3 A4 A7 A8 A9 A10 A11 A13 A14 A16 A18 A20 A21 A25 A26 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 B10 C1 C2 C4 C5 C6 C7 C8	5	0	5
Guest lecture / keynote speech	A1 A2 A3 A4 A7 A8 A9 A10 A11 A13 A14 A16 A18 A20 A21 A25 A26 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 B10 C1 C2 C4 C5 C6 C7 C8	17	27	44
Personalized attention		2	0	2
(*)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 presenciais onde acadará atención persoalizada para a elaboración de casos prácticos que requirán de traballo autónomo previo e posterior fora da aula.
Multiple-choice questions	O alumnado examínase presencialmente dos contidos da asignatura a través dunha proba tipo test de resposta múltiple na que soamente unha resposta é correcta. Esta proba realizarase a través da plataforma Moodle.
Oral presentation	Presentación presencial e plenaria dos casos prácticos realizados polo alumnado ao longo do cuadrimestre.
Guest lecture / keynote speech	Impartición presencial dos contidos teóricos dos temas que conforman a asignatura, podendo ser complementada ou impartida a través de conferencias invitadas ou seminarios presenciais.

Personalized attention	
Methodologies	Description
Supervised projects Oral presentation	Axudar aos estudantes no tratamento e resolución de problemas na preparación dos traballos tutelados e da presentación oral, tanto na aula presencialmente como a través de tutorías síncronas realizadas virtualmente a través da plataforma Teams; tanto no caso dos estudantes matriculados en réxime de dedicación a tempo completo, como no caso dos estudantes con recoñecemento de dedicación a tempo parcial.

Assessment			
Methodologies	Competencies / Results	Description	Qualification
Supervised projects	A26 A25 A21 A20 A18 A16 A14 A13 A11 A10 A9 A8 A7 A4 A3 A2 A1 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 B10 C1 C2 C4 C5 C6 C7 C8	Valorarase a asistencia, participación e preparación de calidade das tutorías presenciais e virtuais dos casos prácticos a realizar, así como a creatividade e calidade formal e de contido dos casos prácticos resultantes a presentar.	50



Multiple-choice questions	A1 A2 A3 A4 A7 A8 A9 A10 A11 A13 A14 A16 A18 A20 A21 A25 A26 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 B10 C1 C2 C4 C5 C6 C7 C8	Exame presencial no formato de test de resposta múltiple no que soamente unha resposta é a correcta. O exame realizarase a través da plataforma Moodle.	40
Oral presentation	A1 A2 A3 A4 A7 A8 A9 A10 A11 A13 A14 A16 A18 A20 A21 A25 A26 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 B10 C1 C2 C4 C5 C6 C7 C8	Presentación presencial, oral, plenaria, e en equipo dos casos prácticos realizados no cuadrimestre.	10

Assessment comments

A nota final resultará da suma das notas totais obtidas polo estudante nas tres actividades, sen requirirse nota mínima para aprobar cada unha delas, e segundo os pesos indicados. Para aprobar a asignatura, tanto na primeira como na segunda oportunidade, requírese un mínimo de 5

puntos sobre 10 en total.

Aplicaránse os mesmos criterios de avaliación na primeira e segunda oportunidade.

Sources of information

Basic	<ul style="list-style-type: none"> - Kotler, Philip. (2011). Marketing 3.0 . LID Editorial - Valencia López, Víctor. (2013). Entorno, mercado, clientes, producto y precio. Madrid : ESIC - 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 - Kotler, Philip. (2017). Fundamentos de marketing . México: Pearson Educación
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 cuadrimestre

(*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.