



Guía Docente				
Datos Identificativos				2020/21
Asignatura (*)	Marketing	Código	771G01032	
Titulación	Grao en Enxeñaría de Deseño Industrial e Desenvolvemento do Produto			
Descritores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Grao	1º cuatrimestre	Terceiro	Obrigatoria	6
Idioma	Castelán			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	EconomíaEmpresa			
Coordinación	Calvo Dopico, Domingo Javier	Correo electrónico	domingo.calvo.dopico@udc.es	
Profesorado	Calvo Dopico, Domingo Javier Membiola Pollán, Matías Enrique	Correo electrónico	domingo.calvo.dopico@udc.es matias.membiola@udc.es	
Web				
Descrición xeral	O obxectivo principal desta materia é adquirir habilidades, habilidades e habilidades de marketing que permitan ao deseñador crear e desenvolver non só produtos adaptados ás necesidades dos consumidores ou usuarios (sexan consumidores ou empresas) senón a metodoloxía para identificar problemas visuais. , técnico, funcional ou estético nos produtos e poder resolvelos			



Plan de continxencia	<p>1. Cambios de contido</p> <p>Non se farán cambios</p> <p>2. Metodoloxías</p> <p>* Metodoloxías de ensino que se manteñen</p> <p>Sesión maxistral</p> <p>Proba de resposta múltiple (computada na avaliación)</p> <p>Proba mixta (computa na avaliación)</p> <p>Traballo tutelado (computa na avaliación)</p> <p>* Metodoloxías de ensino que se modifican</p> <p>- Traballo supervisado. A presentación do traballo faríase en formato impreso e póster, polo que non se faría a exposición oral. É unha modificación que non é substancial dende o punto de vista de adquirir as habilidades.</p> <p>3. Mecanismos de atención personalizada aos estudantes</p> <p>Correo electrónico: pode enviar a solicitude por correo electrónico para fixar un día de atención que será preferentemente o luns despois da titoría do pequeno grupo ou despois da clase maxistral.</p> <p>- Equipos: 1 sesión mensual para o pequeno grupo, sempre que o alumno e o profesor estean dispoñibles. De 1 a 2 sesións semanais (ou máis segundo ou demanda ou alumno) en pequeno grupo (ate 6 persoas), para o seguimento e apoio a dous "cabalos supervisados".</p> <p>4. Modificacións en avaliación</p> <p>Traballo tutelado: En relación coas obras supervisadas, valoraranse as seguintes: - A profundidade do contido</p> <p>-A orixinalidade da orixinalidade da presentación</p> <p>-A aplicación de fundamentos teóricos</p> <p>- A claridade e precisión das preguntas formuladas</p> <p>* Observacións de avaliación:</p> <p>As referencias ao cálculo da asistencia ás actividades en clase só se farán referentes ás sesións que estiveron presenciais ata o momento en que se suspendeu a actividade da aula.</p> <p>A) Estudantes a xornada completa: asistencia / participación en actividades dunha clase mínima do 70%:</p> <p>a) Preparación e presentación do traballo en grupo moi reducido (100%).</p> <p>B) Os estudantes con recoñecemento de dedicación a tempo parcial e exención académica de exención de asistencia, segundo establece "NORMATIVA NORMATIVA O RIM DE DEDICACIÓN OU ??ESTUDIO DOS ALUMNOS DO GRAO NA UDC (Art. 2.3; 3.be 4.5) (29 / 5/212): asistencia / participación en actividades da clase mínima do 70%:</p> <p>a) Preparación e presentación de dous traballos en pequeno ou pequeno grupo (100%).</p> <p>REQUISITOS DE MATERIA EXCEPTO:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Asistir e participar regularmente en actividades de clase ou traballo supervisado2. Faga a proba mixta3. Envía o traballo supervisado na data e hora indicadas. A cualificación do traballo manterase para o exame de segunda oportunidade.4. Pasa o exame de preguntas do exame cun mínimo de 4 puntos5. A oportunidade de xullo estará suxeita aos mesmos criterios que o do primeiro semestre. Entón:<ul style="list-style-type: none">- Debe superar a nota de 4 puntos no exame para contar na avaliación final- Se non realizou a proba mixta, debes facelo no exame final ou, no seu defecto, no exame de segunda oportunidade.
-----------------------------	---



5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía

Non hai ningunha modificación da bibliografía. As fontes de información estarán a disposición dos estudantes ao comezo do curso para que poidan localizar os materiais.



Competencias do título

Código	Competencias do título
A1	Aplicar o coñecemento das diferentes áreas involucradas no Plano Formativo.
A3	Necesidade dunha aprendizaxe permanente e continua (Life-long learning), e especialmente orientada cara os avances e os novos produtos do mercado.
A4	Traballar de forma efectiva como individuo e como membro de equipos diversos e multidisciplinares.
A5	Identificar, formular e resolver problemas de enxeñaría.
A6	Formación ampla que posibilite a comprensión do impacto das solucións de enxeñaría nos contextos económico, medioambiental, social e global.
A7	Capacidade para deseño, redacción e dirección de proxectos, en todas as súas diversidades e fases.
A9	Capacidade para efectuar decisións técnicas tendo en conta as súas repercusións ou costes económicos, de contratación, de organización ou xestión de proxectos.
A10	Comprensión das responsabilidades éticas e sociais derivadas da súa actividade profesional.
B1	Capacidade de comunicación oral e escrita de maneira efectiva con ética e responsabilidade social como cidadán e como profesional.
B2	Aplicar un pensamento crítico, lóxico e creativo para cuestionar a realidade, buscar e propoñer solucións innovadoras a nivel formal, funcional e técnico.
B4	Traballar de forma colaborativa. Coñecer as dinámicas de grupo e o traballo en equipo.
B5	Resolver problemas de forma efectiva.
B6	Traballar de forma autónoma con iniciativa.
B7	Capacidade de liderado e para a toma de decisións.
B9	Comunicarse de maneira efectiva nun entorno de traballo.
B10	Capacidade de organización e planificación.
B11	Capacidade de análise e síntese.
B12	Comprensión das responsabilidades éticas e sociais derivadas da súa actividade profesional
C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral coma escrita, nas linguas oficiais da comunidade autónoma.
C3	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.
C6	Adquirir habilidades para a vida e hábitos, rutinas e estilos de vida saudables.
C7	Desenvolver a capacidade de traballar en equipos interdisciplinares ou transdisciplinares, para ofrecer propostas que contribúan a un desenvolvemento sostible ambiental, económico, político e social.
C8	Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade.

Resultados da aprendizaxe

Resultados de aprendizaxe	Competencias 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 B4 B5 B9 B12	C7 C8
Traballar de forma colaborativa. Coñecer as dinámicas de grupo e o traballo en equipo.			
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. C2 Dominar a expresión e a comprensión de forma oral e escrita dun idioma estranxeiro.	A3	B11	C1 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 DO ENTORNO E DA COMPETENCIA TEMA 3 EL COMPORTAMIENTO DO CONSUMIDOR TEMA 4. SEGMENTACION DE MERCADOS
PARTE III. INNOVACION E DESEÑO DE NOVOS PRODUCTOS ou SERVIZOS	TEMA 5. INNOVACION E DESENVOLVEMENTO DE NOVOS PRODUCTOS OU SERVIZOS
PARTE IV. ESTRATEXIAS E DECISIONS DE MARKETING	TEMA 6. ESTRATEXIAS DE MARKETING TEMA 7. POLITICA DE PRODUCTO E MARCAS TEMA 8. POLITICA DE DISTRIBUCION Y PRECIOS TEMA 9. POLITICA DE COMUNICACION

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias	Horas presenciais	Horas non presenciais / traballo autónomo	Horas totais
Traballos tutelados	A1 A4 A5 A6 A7 A9 B2 B4 B7 B9 B10 B11 C3 C6	15	37.5	52.5
Proba de resposta múltiple	B5 B6 B11	1	11.5	12.5
Proba de resposta breve	B1 C1	1	4	5
Sesión maxistral	A3 A10 B12 C7 C8	25	50	75
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	<p>Os alumnos desenvolverán un traballo que será tutelado polo docente e por tanto terá apoio tutorial. Formaranse grupos reducidos de alumnos/as, entre 4 e 7 alumnos/as. O traballo ten por obxectivo a aplicación dos conceptos e fundamentos que se explican en clase 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 desenvolve a materia. Desta forma conséguese unha docencia interactiva, práctica e unha participación activa por parte do alumno ao longo do proceso de aprendizaxe.</p> <p>A entrega e/ou presentación do traballo estaría planificada para as dúas últimas semanas do período lectivo aínda que se axustará á organización do grupo que desenvolverá o traballo.</p> <p>Se hai que cambiar ao formato híbrido ou no presencial, non hai que facer a presentación oral e no seu lugar se incrementará con preguntas adicionais a resolver por parte do grupo. As preguntas se facilitarán o día anterior a la fecha que se proponga para a entrega do traballo.</p> <p>O formato que se mantén tanto para docencia presencial como non presencial é o do poster.</p>
Proba de resposta múltiple	Test de resposta múltiple individual: 20 preguntas tipo test. Cada pregunta mal contestada penaliza un terzo do valor da pregunta
Proba de resposta breve	Preguntas de resposta breve. Trátase de saber aplicar os fundamentos teóricos a casos reais do mercado. Valórase a precisión e claridade da resposta.
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 pedir unha tutoría personalizada a través do correo electrónico para ser atendidos preferiblemente o día de la clase maxistral ou despois da tutoría de grupo moi reducido.</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 tutorías compatible coa súa dedicación.</p>

Avaliación

Metodoloxías	Competencias	Descrición	Cualificación
Proba de resposta breve	B1 C1	Tratase de preguntas curtas e breves. Son cuestións prácticas baseadas en feitos e casos reais de mercado onde hai que aplicar os conceptos ou fundamentos teóricos que se van desenvolvendo durante a asignatura. A resposta é curta e breve.	30
Traballos tutelados	A1 A4 A5 A6 A7 A9 B2 B4 B7 B9 B10 B11 C3 C6	Se evalúa a claridade, a síntese, a orde, a orixinalidade e a calidade da presentación (empresa ou marca, sector, produto ou tendencias)	30
Proba de resposta múltiple	B5 B6 B11	Pregunta tipo test de resposta múltiple. Requírese unha cualificación mínima de 4 puntos sobre 10 para que compute na calificación final. Se non se saca un 4 independentemente da calificación da parte práctica, entón non se pode superar a materia	40



Observacións avaliación

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, empregarase 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.

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.

Fontes de información

Bibliografía 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
Bibliografía complementaria	

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