



| Teaching Guide | | | | |
|---------------------|--|--------|---|---------|
| Identifying Data | | | | 2022/23 |
| Subject (*) | Marketing | Code | 771G01032 | |
| Study programme | Grao en Enxeñaría de Deseño Industrial e Desenvolvemento do Produto | | | |
| Descriptors | | | | |
| Cycle | Period | Year | Type | Credits |
| Graduate | 1st four-month period | Third | Obligatory | 6 |
| Language | Spanish | | | |
| Teaching method | Face-to-face | | | |
| Prerequisites | | | | |
| Department | EconomíaEmpresa | | | |
| Coordinador | Calvo Dopico, Domingo Javier | E-mail | domingo.calvo.dopico@udc.es | |
| Lecturers | Calvo Dopico, Domingo Javier Membela Pollán, Matías Enrique Rodríguez Rodríguez, Marceliano | E-mail | domingo.calvo.dopico@udc.es matias.membela@udc.es marceliano.rodriguez@udc.es | |
| Web | | | | |
| General description | <p>O obxectivo principal desta materia é adquirir habilidades e competencias de marketing que permitan ao deseñador ou deseñadora crear e desenvolver non só produtos adaptados ás necesidades dos consumidores/as ou usuarios/as (sexan consumidores/as ou empresas) senón a metodoloxía para identificar problemas visuais, técnicos, funcionales ou estéticos nos produtos e poder resolvelos.</p> <p>Además, existen obxectivos específicos:</p> <p>1- Comprender a importancia do deseño e no desenvolvemento de novos produtos.</p> <p>2- Saber analizar estratéxicamente os sectores e identificar cómo o deseño pode engadir valor aos produtos.</p> <p>3- Saber aplicar as ferramentas de xestión do produto e da marca (carteira de produto, estratexia de marca e ciclo de vida do produto).</p> <p>4- Saber segmentar e posicionar adecuadamente os produtos no mercado</p> <p>5.- Comprender as variables del marketing (produto, precio, distribución e comunicación) e saber tomar decisións nunha contorna empresarial</p> | | | |

| Study programme competences / results | |
|---------------------------------------|---|
| Code | Study programme competences / results |
| A1 | Aplicar o coñecemento das diferentes áreas involucradas no Plano Formativo. |
| A2 | Capacidade de comprensión da dimensión social e histórica do Deseño Industrial, vehículo para a creatividade e a búsqueda de solucións novas e efectivas. |
| 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. |
| A8 | Capacidade de usar as técnicas, habilidades e ferramentas modernas para a práctica da enxeñaría. |
| 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 | Adequate oral and written expression in the official languages |
| C3 | Using ICT in working contexts and lifelong learning. |
| C6 | Acquiring skills for healthy lifestyles, and healthy habits and routines. |
| C7 | Developing the ability to work in interdisciplinary or transdisciplinary teams in order to offer proposals that can contribute to a sustainable environmental, economic, political and social development. |
| C8 | Valuing the importance of research, innovation and technological development for the socioeconomic and cultural progress of society. |

| Learning outcomes | | | |
|---|---------------------------------------|-----|----|
| Learning outcomes | Study programme competences / results | | |
| Traballar de forma efectiva como individuo e como membro de equipos diversos e multidisciplinares. | A1 | B1 | |
| | A2 | B2 | |
| Comprensión das responsabilidades éticas e sociais derivadas da súa actividade profesional. | A4 | B4 | |
| | A5 | B5 | |
| Comprensión da dimensión social do deseño industrial | A7 | B6 | |
| | A8 | B7 | |
| Saber usar ferramentas modernas para a práctica da enxeñaría que se adquiren durante o desenvolvemento do traballo tutelado | A10 | B10 | |
| Capacidade para deseño, redacción e dirección de proxectos, en todas as súas diversidades e fases. | | | |
| Saber tomar decisións técnicas tendo en conta as súas repercusións ou costes económicos, de contratación, de organización ou xestión de proxectos | | | |
| 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. | | | |
| 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. | | | |



| Topic | Sub-topic |
|--------------------------------|--|
| PARTE I. INTRODUCCION | TEMA 1. INTRODUCCION |
| PARTE II. ANALISE DO MERCADO | TEMA 2. ANALISE DO ENTORNO, COMPETENCIA E ANALISE INTERNO TEMA 3. COMPORTAMIENTO DO CONSUMIDOR |
| PARTE III. CONCEPTUALIZACION | Tema 4. INVESTIGACION DE MERCADOS Y CONCEPTUALIZACION Tema 5. INNOVACION Y DESARROLLO DE PRODUCTOS |
| PARTE IV. DECISIONS COMERCIAIS | TEMA 6. SEGMENTACION E POSICIONAMENTO TEMA 7. POLITICA DE PRODUTO E MARCAS TEMA 8. POLITICA DE DISTRIBUCION TEMA 9. POLITICA DE PREZOS TEMA 10. POLITICA DE COMUNICACION |

| Planning | | | | |
|---------------------------------|--|--------------------------------------|-------------------------------|-------------|
| Methodologies / tests | Competencies / Results | Teaching hours (in-person & virtual) | Student?s personal work hours | Total hours |
| Supervised projects | A1 A2 A4 A5 A6 A7 A8 B2 B4 B7 B9 B10 B11 C3 C6 | 15 | 37.5 | 52.5 |
| Multiple-choice questions | B5 B6 B11 | 1 | 11.5 | 12.5 |
| Mixed objective/subjective test | B1 C1 | 1 | 4 | 5 |
| Guest lecture / keynote speech | A3 A10 B12 C7 C8 | 25 | 50 | 75 |
| Personalized attention | | 5 | 0 | 5 |

(*)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 | <p>Se deberá formar un equipo de traballo que será tutelado polo docente e por tanto terá apoio tutorial. Formaranse grupos reducidos de alumnos/as, entre 4 e 7 alumnos/as. Poderíase aceptar que fora de mais alumnos ou alumnas sempre que exista acordo entre os membros do grupo. O traballo ten por obxectivo a aplicación dos conceptos e fundamentos da metodoloxía de marketing e deseño que se explican na primeira parte da materia.</p> <p>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 finais do mes de outubro (última semana de outubro). Non é necesario facer a presentación. O formato de entrega é dun poster en tamaño din A3.</p> |
| Multiple-choice questions | Test de resposta múltiple individual: 20 preguntas tipo test. Cada pregunta mal contestada penaliza un terzo do valor da pregunta. |
| Mixed objective/subjective test | Preguntas de resposta breve. Trátase de saber aplicar os fundamentos teóricos a casos reais do mercado e de saber responder a preguntas curtas baseados nos fundamentos teóricos e de resolver exercicios baseados na política de produto, prezos e marcas. Valórase a precisión e claridade da resposta. |
| Guest lecture / keynote speech | 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 |



Personalized attention

| Methodologies | Description |
|---------------------|--|
| Supervised projects | <p>The different members of the group can consult the part they have to develop in the case study or in the supervised work.</p> <p>Likewise, if you have any doubt about the material explained in class, you can consult with the teacher in your office or set another time to clarify doubts and facilitate follow-up of the student.</p> <p>For the students with recognition of part-time dedication and academic exemption of attendance exemption, at the beginning of the course a specific tutorías calendar compatible with their dedication will be agreed upon.</p> |

Assessment

| Methodologies | Competencies / Results | Description | Qualification |
|---------------------------------|--|--|---------------|
| Mixed objective/subjective test | B1 C1 | Tratase de preguntas curtas e breves. Son cuestións practicas 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. | 20 |
| Supervised projects | A1 A2 A4 A5 A6 A7 A8 B2 B4 B7 B9 B10 B11 C3 C6 | Se evalua a claridade, a síntese, a orixinalidade e a calidade da presentación (empresa ou marca, sector, produto ou tendencias) | 40 |
| Multiple-choice questions | B5 B6 B11 | Pregunta tipo test de resposta múltiple. | 40 |

Assessment comments



Traballo tutelado. Supon un 40 por cento (40%) da nota final. Se formarán subgrupos entre un mínimo de 4 e un máximo de 7, podendo chegar a máis membros se fora necesario. Cada grupo establecerá un coordinador ou coordinadora.

Se fixará un horario de atención semanal ou quincenal, dependendo do número de grupos que finalmente se formen. As titorías finalizarán o derradeiro luns de outubro.

A entrega do traballo será nos dous meses seguintes á finalización del periodo de titorías, sendo a data final o 20 de decembro. Deberá acordarse entre os membros do grupo e o docente o día da entrega do traballo. A entrega é en poster en formato impreso DIN A3. Adicionalmente, debe entregarse o material en formato dixital. Se acordará cos diferentes coordinadores ou coordinadoras dos subgrupos formados a aula, o día e hora para facer a entrega do traballo.

A nota se manterá durante todo o curso académico de tal xeito que no caso de que se aprobe esta nota se manterá para a primeira e segunda oportunidade. Se non se superase nin na primeira nin na segunda oportunidade, hai que volver a facer o traballo, sempre e cando se matriculase de novo na asignatura.

Se houbera algún conflito dentro do grupo o coordinador ou coordinadora informará ao coordinador da asignatura para valorar se esa persoa pode ir para outro subgrupo ou se ten que facer o traballo individualmente.

O traballo tutelado é obrigatorio. En caso de que por razóns de traballo ou outra circunstancia non puidese facer o traballo en grupo, se valoraría a posibilidade de facer o traballo de forma individual, o cal se podería presentar antes da primeira oportunidade ou ben antes do exame final.

Proba mixta. Supon un 20 por cento (20%). Son preguntas curtas sobre conceptos da asignatura, mini casos reais de mercado ou exercicios da parte de política de produto, marcas e política de prezos. Se fará unha proba de ensaio que servirá de capacitación para o alumnado.

Test. Exame tipo test de catro opcións onde so unha opción é correcta. As preguntas mal contestadas penalizan un tercio do valor da pregunta. É necesario obter 5 puntos, resultado de facer o promedio entre a avaliación do exame tipo test e as preguntas curtas para superar a asignatura. E dicir, a nota media do traballo tutelado computa sempre que se saque un mínimo de 5 puntos logo de computar o test e as preguntas curtas.

No caso de que non se alcance o promedio de 5 puntos nas preguntas curtas e test a nota que figurará na primeira oportunidade será a calificación máis alta obtida no exame ou no traballo tutelado.

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, empregárase a plataforma Moodle e o correo electrónico como vehículo de comunicación principal para a xestión de contidos, titorías e a entrega de traballos. Acordárase 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 acordárase ao inicio do curso un calendario específico de datas compatible coa súa dedicación.

Sources of information

| | |
|----------------------|---|
| Basic | - Santesmases, M. (2005). Marketing. Conceptos y Estrategias.. Pirámide, Madrid No caso de que exista algunha bibliografía específica para cada tema se facilitará ao principio do mesmo. Santesmases, M. (2005). Marketing. Conceptos y Estrategias. Pirámide, Madrid |
| Complementary | |

Recommendations

Subjects that it is recommended to have taken before

Design and Product/771G01023

Design Projects I/771G01024

Subjects that are recommended to be taken simultaneously

Economic and Business Aspects of Design/771G01033

Industrial Management and Organisation/771G01034

Subjects that continue the syllabus

Other comments



(*)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.