UNIVERSIDADE DA CORUÑA

Guía Docente				
Datos Identificativos				2022/23
Asignatura (*)	Márketing		Código	771G01032
Titulación	Grao en Enxeñaría de Deseño Industrial e Desenvolvemento do Produto			
Descriptores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Grao	1º cuadrimestre	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 Membiela Pollán, Matías Enrique Rodríguez Rodríguez, Marceliano	Correo electrónico	domingo.calvo.dopico@udc.es matias.membiela@udc.es marceliano.rodriguez@udc.es	
Web				
Descrición xeral	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. Además, existen obxectivos específicos: 1- Comprender a importancia do deseño e no desenvolvemento de novos produtos. 2- Saber analizar estratéxicamente os sectores e identificar cómo o diseño pode engadir valor aos produtos. 3- Saber aplicar as ferramentas de xestión do produto e da marca (carteira de producto, estratexia de marca e ciclo de vida do produto). 4- Saber segmentar e posicionar adecuadamente os produtos no mercado 5.- Comprender as variables del marrketing (produto, precio, distribución e comunicación) e saber tomar decisions nunha contorna empresarial				

Competencias do título	
Código	Competencias do título
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 amplia 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 sociales 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. Comprensión das responsabilidades éticas e sociais derivadas da súa actividade profesional. Comprensión da dimensión social do deseño industrial Saber usar ferramentas modernas para a práctica da enxeñaría que se adquiren durante o desenvolvemento do traballo tutelado 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	A1 A2 A4 A5 A7 A8 A10	B1 B2 B4 B5 B6 B7 B10	
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. 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.	A3	B11	C1 C3 C6
Capacidade de comunicación oral e escrita de maneira efectiva con ética e responsabilidade social como cidadán e como profesional. 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.	A6	B1 B4 B5 B9 B12	C7 C8

Contidos	
Temas	**Subtemas**
PARTE I. INTRODUCION	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

Planificación				
Metodoloxías / probas	**Competencias**	**Horas presenciais**	**Horas non presenciais / traballo autónomo**	**Horas totais**
Traballos tutelados	A1 A2 A4 A5 A6 A7 A8 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 mixta	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	Se deberá formar un equipo de traballo que será tutelado polo docente e por tanto terá apoio titorial. Formaranse grupos reducidos de alumnos/as, entre 4 e 7 alumnos/as. Poderiase 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 metodoloxia de marketing e deseño que se explican na primeira parte 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. A entrega e/ou presentación do traballo estaría planificada para finais do mes de outubro (ultima semana de outubro). Non é necesario facer a presentación. O formato de entrega é dun poster en tamaño din A3.
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 mixta	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 politica de produto, prezos e marcas. 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	Os diferentes membros do grupo poden pedir unha titoria personalizada a través do correo electronico para ser atendidos preferiblemente o dia da clase maxistral ou despois da titoria de grupo moi reducido. 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. 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 titorías compatible coa súa dedicación.

Avaliación			
Metodoloxías	**Competencias**	**Descrición**	**Cualificación**
Proba mixta	B1 C1	Tratase de preguntas curtas e breves. Son cuestions practicas baseadas en feitos e casos reais de mercado onde hai que aplicar os conceptos ou fundamentos teóricos que se van desenvolvendo durante a a asignatura. A resposta é curta e breve.	20
Traballos tutelados	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
Proba de resposta múltiple	B5 B6 B11	Pregunta tipo test de resposta múltiple.	40

Observacións avaliación

Traballo tutelado. Supon un 40 por cento (40%) da nota final. Se formarán subgrupos entre un minimo de 4 e un maximo de 7, podendo chegar a maís 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 ndo 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 corodinadoras 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 aso 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 cundo se matriculase de novo na asignatura. Se houbera algún conflicto 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 razons 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 politica de produto, marcas e politica de prezos. Se fará unha proba de ensaio qeu servirá de capacitación para o alumnado. Test. Exame tipo test de catro opcions onde so unha opcion é correcta. As preguntas mal contestadas penalizan un tercio do valor da pregunta. E 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 minimo 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 calificacion 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, 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 acudiren 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 fechas compatible coa súa dedicación.

Fontes de información	
Bibliografía básica	- Santesmases, M. (2005). Marketing. Conceptos y Estrategias.. Pirámide, Madrid No caso de que exista algunha bibliografía especifica para cada tema se facilitará ao principio do mesmo.Santesmases, M. (2005). Marketing. Conceptos y Estrategias. Pirámide, Madrid
Bibliografía complementaria	

Recomendacións
Materias que se recomenda ter cursado previamente
Deseño e Producto/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

UNIVERSIDADE DA CORUÑA

(*)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