



| Guía Docente          |   |                    |                          |          |
|-----------------------|---|--------------------|--------------------------|----------|
| Datos Identificativos |   |                    |                          | 2022/23  |
| Asignatura (*)        | Produto e Mercado   | Código             | 771528006                |          |
| Titulación            | Máster Universitario en Enxeñaría en Deseño Industrial  |                    |                          |          |
| Descritores           |   |                    |                          |          |
| Ciclo                 | Período   | Curso              | Tipo                     | Créditos |
| Mestrado Oficial      | 1º cuatrimestre   | Primeiro           | Obrigatoria              | 6        |
| Idioma                | Castelán  |                    |                          |          |
| Modalidade docente    | Presencial  |                    |                          |          |
| Prerrequisitos        |   |                    |                          |          |
| Departamento          | Empresa   |                    |                          |          |
| Coordinación          | Losada López, José María  | Correo electrónico | jose.maria.losada@udc.es |          |
| Profesorado           | Losada López, José María  | Correo electrónico | jose.maria.losada@udc.es |          |
| Web                   |   |                    |                          |          |
| Descrición xeral      | 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. |                    |                          |          |

| Competencias / Resultados do título |   |
|-------------------------------------|---|
| Código                              | Competencias / Resultados do título   |
| A1                                  | CE02 - Conocer las distintas disciplinas que confluyen en el diseño para colectividades &quot;arquitectura, psicología ambiental, ecología, etc&quot; 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.  |

## Resultados da aprendizaxe

| Resultados de aprendizaxe | Competencias / Resultados do título |
|---------------------------|-------------------------------------|
|---------------------------|-------------------------------------|



|   |      |      |     |
|---|------|------|-----|
| Comprender a relevancia da variable produto e o seu encaixe nun mercado volátil, con derivadas globais e locais e extremadamente competitivo.   | AP1  | BP1  | CP1 |
|   | AP2  | BP2  | CP2 |
|   | AP3  | BP3  | CP4 |
| 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. | AP4  | BP4  | CP5 |
|   | AP7  | BP5  | CP6 |
|   | AP8  | BP6  | CP7 |
|   | AP9  | BP8  | CP8 |
| Descubrir as vantaxas, riscos e potencialidades da creación e deseño de produtos no contexto da Industria 4.0   | AP10 | BP9  |     |
|   | AP11 | BP10 |     |
| 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.   | AP13 |      |     |
|   | AP14 |      |     |
|   | AP16 |      |     |
|   | AP18 |      |     |
|   | AP20 |      |     |
|   | AP21 |      |     |
|   | AP25 |      |     |
|   | AP26 |      |     |

| Contidos   |          |
|--|----------|
| Temas  | Subtemas |
| 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                |          |

| Planificación              |  |   |                         |              |
|----------------------------|--|---|-------------------------|--------------|
| Metodoloxías / probas      | Competencias / Resultados  | Horas lectivas (presenciais e virtuais) | Horas traballo autónomo | Horas totais |
| Traballos tutelados        | A1 A2 A3 A4 A7 A8<br>A9 A10 A11 A13 A14<br>A16 A18 A20 A21<br>A25 A26 B1 B2 B3 B4<br>B5 B6 B8 B9 B10 C1<br>C2 C4 C5 C6 C7 C8 | 20                                      | 78                      | 98           |
| Proba de resposta múltiple | A1 A2 A3 A4 A7 A8<br>A9 A10 A11 A13 A14<br>A16 A18 A20 A21<br>A25 A26 B1 B2 B3 B4<br>B5 B6 B8 B9 B10 C1<br>C2 C4 C5 C6 C7 C8 | 1                                       | 0                       | 1            |



|  |  |    |    |    |
|--|--|----|----|----|
| Presentación oral  | A1 A2 A3 A4 A7 A8<br>A9 A10 A11 A13 A14<br>A16 A18 A20 A21<br>A25 A26 B1 B2 B3 B4<br>B5 B6 B8 B9 B10 C1<br>C2 C4 C5 C6 C7 C8 | 5  | 0  | 5  |
| Sesión maxistral   | A1 A2 A3 A4 A7 A8<br>A9 A10 A11 A13 A14<br>A16 A18 A20 A21<br>A25 A26 B1 B2 B3 B4<br>B5 B6 B8 B9 B10 C1<br>C2 C4 C5 C6 C7 C8 | 17 | 27 | 44 |
| Atención personalizada   |  | 2  | 0  | 2  |
| *Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado |  |    |    |    |

| Metodoloxías               |  |
|----------------------------|--|
| Metodoloxías               | Descrición   |
| Traballos tutelados        | 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. |
| Proba de resposta múltiple | O alumnado examínase presencialmente dos contidos da asignatura a través dunha proba tipo test de resposta múltiple na que soamente unha resposta é correcta.                              |
| Presentación oral          | Presentación presencial e plenaria dos casos prácticos realizados polo alumnado ao longo do cuadrimestre.  |
| Sesión maxistral           | Impartición presencial dos contidos teóricos dos temas que conforman a asignatura, pudiendo ser complementada ou impartida a través de conferencias invitadas ou seminarios presenciais.   |

| Atención personalizada                   |   |
|--|---|
| Metodoloxías                             | Descrición  |
| Traballos tutelados<br>Presentación oral | 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. |

| Avaliación          |  |  |               |
|---------------------|--|--|---------------|
| Metodoloxías        | Competencias / Resultados  | Descrición   | Cualificación |
| Traballos tutelados | A1 A2 A3 A4 A7 A8<br>A9 A10 A11 A13 A14<br>A16 A18 A20 A21<br>A25 A26 B1 B2 B3 B4<br>B5 B6 B8 B9 B10 C1<br>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. | 60            |



|                            |  |  |    |
|----------------------------|--|--|----|
| Proba de resposta múltiple | A1 A2 A3 A4 A7 A8<br>A9 A10 A11 A13 A14<br>A16 A18 A20 A21<br>A25 A26 B1 B2 B3 B4<br>B5 B6 B8 B9 B10 C1<br>C2 C4 C5 C6 C7 C8 | Exame presencial no formato de test de resposta múltiple no que soamente unha resposta é a correcta. | 30 |
| Presentación oral          | A1 A2 A3 A4 A7 A8<br>A9 A10 A11 A13 A14<br>A16 A18 A20 A21<br>A25 A26 B1 B2 B3 B4<br>B5 B6 B8 B9 B10 C1<br>C2 C4 C5 C6 C7 C8 | Presentación presencial, oral, plenaria, e en equipo dos casos prácticos realizados no cuadrimestre. | 10 |

### Observacións avaliación

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.

A metodoloxía proposta persigue dous obxectivos básicos: i) incentivar ó alumno para que traballe de xeito continuado ó longo do curso e ii) fomentar a autonomía do alumno no proceso de aprendizaxe.

Cualificación de non presentado. Corresponde ó alumnado, cando só participe de actividades de avaliación que teñan unha ponderación inferior ó 20% sobre a cualificación final, con independencia da cualificación acadada.

Condicións de realización do exame final. Está prohibido acceder á aula de exame con calquera dispositivo que permita a comunicación co exterior e/ou o almacenamento de información.

Avaliación da oportunidade de xullo. Esta debe realizarse cos mesmos criterios que os utilizados, no seu caso, na avaliación do primeiro ou do segundo cuadrimestre.

Por último, no caso de que ao alumno se lle conceda unha oportunidade de "avaliación adiantada", e só nese caso, realizarase unha proba mixta encamiñada a avaliar todas as competencias e contidos propios da materia.

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. Concesión de Matrícula de Honra: se podrá solicitar una proba alternativa por parte dos profesores para a concesión da matrícula de honra.

Implicacións do plaxio na realización das probas ou actividades de avaliación: A realización fraudulenta das probas ou actividades de avaliación, unha vez comprobada, implicará directamente a cualificación de suspenso "0" na materia na convocatoria correspondente, invalidando así calquera cualificación obtida en todas as actividades de avaliación de cara a convocatoria extraordinaria.

### Fontes de información

|                            |  |
|----------------------------|--|
| <b>Bibliografía básica</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kotler, Philip. (2011). Marketing 3.0 . LID Editorial</li> <li>- Munuera Alemán, J. L. y Rodríguez Escudero, A.I. (2020). Estrategias de marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección. Madrid: ESIC</li> <li>- Kotler, Philip. (2017). Fundamentos de marketing . México: Pearson Educación</li> <li>- Valencia López, Víctor. (2013). Entorno, mercado, clientes, producto y precio. Madrid : ESIC</li> <li>- Serrano Gómez, S. y Serrano Domínguez, C. (2005). Gestión, Dirección y Estrategia de producto. Madrid : ESIC</li> <li>- Alcaide, Juan Carlos (2015). Los 100 errores de la experiencia del cliente. Madrid : ESIC</li> <li>- Ruiz de Maya, S. y Grande Esteban, I. (2013). Casos de comportamiento del consumidor. Madrid : ESIC</li> </ul> |
|----------------------------|--|



Bibliografía complementaria

## Recomendacións

### Materias que se recomenda ter cursado previamente

Introdución ao Marketing/611G02015

### Materias que se recomenda cursar simultaneamente

### Materias que continúan o temario

## Observacións

Asistencia ás tutorías dos casos prácticos programadas durante o cuatrimestre

(\*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