



Guía docente				
Datos Identificativos				2023/24
Asignatura (*)	Producto y Mercado	Código	771528006	
Titulación	Máster Universitario en Enxeñaría en Deseño Industrial			
Descritores				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Máster Oficial	1º cuatrimestre	Primero	Obligatoria	6
Idioma	Castellano			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Empresa			
Coordinador/a	Losada López, José María	Correo electrónico	jose.maria.losada@udc.es	
Profesorado	Crespo Pereira, Verónica	Correo electrónico	veronica.crespo@udc.es	
	Losada López, José María		jose.maria.losada@udc.es	
Web				
Descripción general	El principal objetivo de esta asignatura de máster es conseguir que los estudiantes adquieran la relevancia de la variable producto y su encaje en un mercado volátil, con derivadas globales y locales y extremadamente competitivo. Para ello, los estudiantes aprenderán el concepto de producto, y los procesos de ciclo de vida de producto, la gestión de la cartera de productos y de desarrollo de nuevos productos con especial orientación a la industria, así como identificarán las principales implicaciones en materia de distribución y comunicación a tener en cuenta. Se descubrirán las ventas, riesgos y potencialidades de la creación y el diseño de productos en el contexto de la Industria 4.0; y, por último, se valorará la materialidad de la gestión de factores como la innovación, la sostenibilidad, la ética y la responsabilidad social en el diseño de productos industriales como respuesta a las demandas crecientes en el mercado actual de los grupos de interés.			

Competencias / Resultados del título	
Código	Competencias / Resultados del título
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.

Resultados de aprendizaje

Resultados de aprendizaje	Competencias / Resultados del título
---------------------------	--------------------------------------



Comprender la relevancia de la variable producto y su encaje en un mercado volátil, con derivaciones globales y locales y extremadamente competitivo.	AP1	BP1	CP1
	AP2	BP2	CP2
	AP3	BP3	CP4
Aprender el concepto de producto, y los procesos de ciclo de vida de producto, la gestión de la cartera de productos y de desarrollo de nuevos productos con especial orientación a la industria, así como la identificación de las principales implicaciones en materia de distribución y comunicación a tener en cuenta.	AP4	BP4	CP5
	AP7	BP5	CP6
	AP8	BP6	CP7
	AP9	BP8	CP8
Descubrir las ventas, riesgos y potencialidades de la creación y diseño de productos en el contexto de la Industria 4.0	AP10	BP9	
	AP11	BP10	
Aprender a gestionar factores como la innovación, la sostenibilidad, la ética y la responsabilidad social en el diseño de productos industriales como respuesta a las crecientes demandas del mercado actual de los grupos de interés.	AP13		
	AP14		
	AP16		
	AP18		
	AP20		
	AP21		
	AP25		
	AP26		

Contenidos	
Tema	Subtema
Tema 1: Importancia de la variable Producto	Concepto de Producto y Ciclo de vida de Producto
Tema 2: (Micro) Segmentación de Mercado	Posicionamiento de Producto
Tema 3: Gestión de la cartera de productos	
Tema 4: Diseño de nuevos productos en el marco de la Industria 4.0. Implicaciones en materia de distribución y comunicación.	
Tema 5: Innovación, sostenibilidad, ética y responsabilidad social aplicados a Producto y Mercado.	

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciales y virtuales)	Horas trabajo autónomo	Horas totales
Trabajos tutelados	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	20	78	98
Prueba de respuesta múltiple	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



Presentación oral	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
Sesión magistral	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
Atención personalizada		2	0	2
(*)Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos				

Metodologías	
Metodologías	Descripción
Trabajos tutelados	Los alumnos participarán en tutorías presenciales donde recibirán una atención personalizada para la elaboración de casos prácticos que requerirán un trabajo autónomo previo y posterior fuera del aula.
Prueba de respuesta múltiple	Los estudiantes serán examinados personalmente de los contenidos de la asignatura mediante una prueba de opción múltiple en la que solo una respuesta es correcta.
Presentación oral	Presentación presencial y plenaria de los casos prácticos realizados por los alumnos a lo largo del cuatrimestre.
Sesión magistral	Enseñanza presencial de los contenidos teóricos de los temas que componen la asignatura, pudiendo ser complementados o impartidos a través de conferencias invitadas o seminarios presenciales.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Trabajos tutelados	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.
Presentación oral	

Evaluación			
Metodologías	Competencias / Resultados	Descripción	Calificación
Trabajos tutelados	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	Se valorará la asistencia, participación y calidad en la preparación de las tutorías presenciales y virtuales de los casos prácticos a realizar, así como la creatividad y calidad formal y de contenido de los casos prácticos resultantes a presentar.	60
Prueba de respuesta múltiple	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	Examen presencial en formato de prueba de opción múltiple en el que solo una respuesta es correcta.	30



Presentación oral	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 y en equipo de los casos prácticos llevados a cabo en el plazo.	10
-------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

Observaciones evaluación

La nota final resultará de la suma de las notas totales obtenidas por el estudiante en las tres actividades, sin requerir nota mínima para aprobar cada una de ellas, y según los pesos indicados. Para aprobar la asignatura, tanto en la primera como en la segunda oportunidad, se requiere un mínimo de 5 puntos sobre 10 en total y una asistencia a clase de al menos el 80% de las horas presenciales.

La metodología propuesta persigue dos objetivos básicos: i) incentivar al alumno para que trabaje de manera continuada a lo largo del curso y ii) fomentar la autonomía del alumno en el proceso de aprendizaje.

Cualificación de no presentado . Corresponde al alumnado, cuando solo participe de actividades de evaluación que tengan una ponderación inferior al 20% sobre la cualificación final, con independencia de cualificación obtenida Condiciones de realización del examen final.

Está prohibido acceder al aula del examen con cualquier dispositivo que permita la comunicación con el exterior y/o el almacenamiento de información.

Evaluación de la oportunidad de julio . Esta debe realizarse con los mismos criterios que los utilizados, en su caso, en la evaluación del primer o del segundo cuatrimestre.

Por último, en caso de que el alumno se le conceda una oportunidad de " evaluación adelantada ", y solo en ese caso, se realizará una prueba mixta encamina a evaluar todas las competencias y contenidos propios de la materia.

Alumnos con dedicación a tiempo parcial y dispensa académica de exención de asistencia : En el caso de alumnos con dedicación a tiempo parcial y dispensa académica de exención de asistencia, se empleará la plataforma Moodle y el correo electrónico como vehículo de comunicación principal para la gestión de contenidos, tutorías y la entrega de trabajos. Se acordará al inicio del curso un calendario específico de fechas compatible con su dedicación, mas tendrán el mismo deber de realizar actividades y de acudir la cualquier tipo de prueba de evaluación que el alumnado a tiempo completo. Excepto para las fechas aprobadas en la Xunta de Facultad en el que compete a la prueba objetiva, para las restantes pruebas se acordará al inicio del curso un calendario específico de fechas compatible con su dedicación.

Concesión de Matrícula de Honor : se podrá solicitar una prueba alternativa por parte de los profesores para la concesión de la matricula de honor. Se facilitará la plena integración del alumnado que por razón físicas, sensoriales, psíquicas o socioculturales, experimenten dificultades para un acceso idóneo, igualitario y provechoso a la vida universitaria.

Se usará lenguaje no sexista, se utilizará bibliografía de autores/as de ambos sexos y se propiciará la intervención en las clases del estudiantado.

Se fomentarán los valores de respeto e igualdad para evitarsituaciones de discriminación por razón de género o de cualquier otro tipo.

La realización fraudulenta de las pruebas o actividades de evaluación, una vez comprobada, implicará directamente la cualificación de suspenso en la convocatoria en que se cometa: el/la estudiante será calificado con ?suspenso? (nota numérica 0) en la convocatoria correspondiente del curso académico, tanto se la comisión de la falta se produce en la primera oportunidad como en la segunda. Para esto, se procederá a modificar su cualificación en el acta de primera oportunidad, si fuera necesario.

Puede consultarse el Reglamento disciplinar del estudiantado de la Universidad de A Coruña

https://sede.udc.gal/services/electronic_board/EXP2023/007335

Fuentes de información



Básica	<ul style="list-style-type: none">- Munuera Alemán, J. L. y Rodríguez Escudero, A.I. (2020). Estrategias de marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección. Madrid: ESIC- Kotler, Philip. (2011). Marketing 3.0 . LID Editorial- Kotler, Philip. (2017). Fundamentos de marketing . México: Pearson Educación- 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
Complementaria	

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Introducción al Marketing/611G02015

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Asignaturas que continúan el temario

Otros comentarios

Asistencia a las tutorías de los casos prácticos programados durante el cuatrimestre.

(*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías