



Teaching Guide

Identifying Data					2024/25
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	E-mail	domingo.calvo.dopico@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> <ol style="list-style-type: none">1- Comprender a importancia do deseño e no desenvolvemento de novos produtos.2- Saber analizar estratéxicamente os sectores e identificar cómo o deseño pode engadir valor aos produtos.3- Saber aplicar as ferramentas de xestión do produto e da marca (carteira de produto, estratexia de marca e ciclo de vida do produto).4- Saber segmentar e posicionar adecuadamente os produtos no mercado5.- Comprender as variables del marketing (produto, precio, distribución e comunicación) e saber tomar decisions nunha contorna empresarial				

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 custos 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
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.			

Contents	
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 trabajo 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 son poster por cada unha das partes que compoñen o traballo. A presentación sería en formato impreso en DIN A3. Optativamente se puede entregar por vía telemática.</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.	30
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)	30
Multiple-choice questions	B5 B6 B11	Pregunta tipo test de resposta múltiple.	40

Assessment comments



A) NORMAS DE AVALIACIÓN:

1. Condicións de avaliación: Prohíbese o acceso á aula de exames con calquera dispositivo que permita a comunicación co exterior e/ou o almacenamento de información.
2. Identificación do alumno: O alumno/a deberá acreditar a súa identidade de acordo coa normativa vixente.

B) OPORTUNIDADES DE AVALIACIÓN:

1. Primeira oportunidade: aplicaranse os criterios de avaliación sinalados neste apartado.
2. Segunda oportunidade: os criterios de avaliación son os mesmos para todas as oportunidades de avaliación.
3. Convocatoria anticipada: As condicións de avaliación da oportunidade anticipada (art. 19 das Normas de Avaliación, Revisión e Reclamación de Cualificacións dos Estudos de Grao e Mestrado) serán específicas para esta oportunidade. Esta avaliarase mediante unha proba mixta que suporá o 100% da nota final.

C. OUTRAS OBSERVACIÓNS DA AVALIACIÓN:

Traballo supervisado. Representa o 30% (30%) da nota final. Os subgrupos formaranse entre un mínimo de 4 e un máximo de 7, se ben se pode admitir que se supere ese número se están dacordo tódolos/as integrantes do grupo. Cada grupo establecerá un coordinador ou coordinadora. Establecerase un horario de atención e seguimento semanal ou quincenal, en función do número de grupos que finalmente se formen. Non existe unha data programada para o réxime de titorías, polo que se adaptará ao ritmo de evolución do traballo de cada subgrupo.

A entrega do traballo será antes do 20 de decembro. Deberá acordarse entre os membros do grupo e o profesor o día da entrega do traballo. A entrega realízase en panel para cada unha das partes do traballo en formato impreso DIN A3. Tamén se pode entregar en formato dixital. A aula, día e hora de entrega dos traballos acordaranse cos distintos subgrupos.

A nota manterase ao longo do curso académico tanto para a primeira como a segunda oportunidade. O alumnado que superase o traballo tutelado no curso anterior e non superase a asignatura poderá manter esa calificación no este curso académico.

No caso de producirse algún conflito dentro do grupo, o coordinador comunicará ao coordinador da materia para valorar se esa persoa pode pasar a outro subgrupo ou se ten que realizar o traballo individualmente.

O traballo supervisado é obrigatorio. No caso de que por razóns laborais ou outra circunstancia non puidese realizar o traballo en grupo, valorarase a posibilidade de realizar o traballo individualmente, que se poderá presentar antes da primeira oportunidade ou antes do exame final.

Proba mixta. Representa o 30 por cento (30 %). Trátase de preguntas breves sobre conceptos temáticos, casos reais de mercado ou exercicios sobre política de produtos, marcas e política de prezos. Haberá unha redacción de proba que servirá de redacción e preparación da materia. É importante asistir a estas probas xa que contribúen a mellorar significativamente o rendemento académico da materia e a aprendizaxe da mesma.

Proba de opción múltiple. Representa o 40%. Son 20 preguntas tipo test onde so unha opción é verdadeira. Cada pregunta mal contestada resta un tercio do valor da pregunta. E necesario obter 4,5 puntos, resultado de promediar o exame tipo test e as preguntas curtas, para aprobar a asignatura.

A esa nota se engadirá a ponderación do traballo tutelado. E dicir, se computa a nota media do traballo supervisado sempre que se saque un mínimo de 4,5 puntos despois de calcular a nota ponderada da proba test e das preguntas curtas.

No caso de non acadar un promedio de 4,5 puntos entre as preguntas curtas e a proba mixta, a cualificación será de supenso. A nota que figurará será de 4 puntos. No caso do exame final se aplicará o mesmo criterio.

A plataforma Moodle e o correo electrónico serán utilizados como principal vehículo de comunicación para a xestión de contidos, titorías e entrega de tarefas.

Alumnado con dedicación parcial e exención académica de asistencia: ao comezo do curso acordarase un calendario específico de datas compatible coa súa dedicación, aínda que terán o mesmo deber de realizar actividades e asistir a calquera tipo de proba de avaliación que os estudantes a tempo completo. Agás as datas aprobadas pola Xunta de Facultade no que se refire á proba obxectiva, para as restantes probas acordarase ao comezo do curso un calendario específico de datas compatibles coa súa dedicación.

Sources of information

Basic	- Santesmases, M. (2005). Marketing. Conceptos y Estrategias.. Pirámide, Madrid Se facilitará bibliografía específica tanto básica como recomendada para atender a algún epígrafe de los temas de cada una de las diferentes partes (política de producto y estrategia de marca)
Complementary	- Montaña, J., & Pugés, L. (1990). Marketing de nuevos productos diseño, desarrollo y lanzamiento. . Hispano Europea. - Swann, A. (1994). Diseño y marketing . Gustavo Gili.



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

Débase ter en conta a importancia dos principios éticos relacionados cos valores de sostibilidade e nos comportamentos persoais e profesionais.Traballárase para identificar e modificar prexuízos e actitudes sexistas, e influírse na contorna para modificalos e fomentar valores de respecto e igualdade.No caso de que se detecten situacións de discriminación por razón de xénero proporáanse accións e medidas para corrixilasFacilitárase a plena integración do alumnado que por razón físicas, sensoriais, psíquicas ou socioculturais, experimenten dificultades a un acceso axeitado, igualitario e proveitoso á vida universitaria.

(*)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.