



Guía Docente

Datos Identificativos					
Asignatura (*)			Produto e Mercado	Código	2024/25
Titulación					771555004
Descritores					
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos	
Mestrado Oficial	1º cuatrimestre	Primeiro	Obrigatoria	3	
Idioma	Castelán				
Modalidade docente	Presencial				
Prerrequisitos					
Departamento	Empresa				
Coordinación	Calvo Dopico, Domingo Javier	Correo electrónico	domingo.calvo.dopico@udc.es		
Profesorado	Calvo Dopico, Domingo Javier	Correo electrónico	domingo.calvo.dopico@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
--------	-------------------------------------

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.	AP2	BP1	CP1
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.	AP5	BP2	
Descubrir as ventaxas, riscos e potencialidades da creación e deseño de produtos no contexto da Industria 4.0	AP9		
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.	AP10		
	AP13		
	AP16		
	AM2		
	AM4		
	AI1		

Contidos

Temas	Subtemas
Tema 1: Importancia da variable Produto	Concepto de Produto e Ciclo de vida de Produto
Tema 2: (Micro) Segmentación de Mercado	Posicionamento de Produto
Tema 3: Xestión da carteira de produtos	Carteira
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	A2 A22 A18 A5 A9 A10 A20 A13 A16 B2 B1 C1	10	39	49
Proba de resposta múltiple	A2 A18 A20 A16 B1 B2 C1	1	0	1
Presentación oral	A2 A22 A18 A5 A9 A10 A20 A16	2	0	2
Sesión maxistral	A2	8	13	21
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 requirirán de traballo autónomo previo e posterior fora da aula.
Proba de resposta múltiple	O alumnado examinaráse 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
Presentación oral Traballos 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.

Avaliación

Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	Cualificación
Proba de resposta múltiple	A2 A18 A20 A16 B1 B2 C1	Exame presencial no formato de test de resposta múltiple no que soamente unha resposta é a correcta.	30
Presentación oral	A2 A22 A18 A5 A9 A10 A20 A16	Presentación presencial, oral, plenaria, e en equipo dos casos prácticos realizados no cuadrimestre.	10



Traballos tutelados	A2 A22 A18 A5 A9 A10 A20 A13 A16 B2 B1 C1	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
---------------------	---	--	----

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 e unha asistencia a clase de polo menos o 80% das horas presenciais.

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.

Condições 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 cuatrimestre.

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, tutorías 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.

Facilitarase a plena integración do alumnado que, por razón físicas, sensoriais, psíquicas ou socioculturais, experimenten dificultades para un acceso axeitado, igualitario e proveitoso á vida universitaria.

Usarase linguaxe non sexista, utilizarase bibliografía de autores/as de ambos os sexos e propiciarase a intervención nas clases do estudantado.

Fomentarase os valores de respecto e igualdade para evitar situacións de discriminación por razón de xénero ou de calquera outro tipo.

Todos os aspectos relacionados con ?dispensa académica?, ?dedicación ao estudo?, ?permanencia? e ?fraude académica? rexeranse de acordo coa normativa académica vixente da UDC.

Fontes de información

Bibliografía 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. (2017). Fundamentos de marketing . México: Pearson Educación- Ruiz de Maya, S. y Grande Esteban, I. (2013). Casos de comportamiento del consumidor. Madrid : ESIC- Alcaide, Juan Carlos (2015). Los 100 errores de la experiencia del cliente. Madrid : ESIC- Serrano Gómez, S. y Serrano Domínguez, C. (2005). Gestión, Dirección y Estrategia de producto. Madrid : ESIC- Valencia López, Víctor. (2013). Entorno, mercado, clientes, producto y precio. Madrid : ESIC- Kotler, Philip. (2011). Marketing 3.0 . LID Editorial
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
<p>Asistencia ás tutorías dos casos prácticos programadas durante o cuadrimestre </p>

(*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