Guía Docente					
Datos Identificativos					2020/21
Asignatura (*)	Produto e Mercado			Código	771528006
Titulación	Máster Universitario en Enxeñaría en Deseño Industrial				
Descriptores					
Ciclo	Período		Curso	Tipo	Créditos
Mestrado Oficial	1º cuadrimestre		Primeiro	Obrigatoria	6
Idioma	Castelán				
Modalidade docente	Presencial				
Prerrequisitos					
Departamento	Empresa				
Coordinación	Salido Andrés, Noelia		Correo electrónico	noelia.sandres@udc.es	
Profesorado	Salido Andrés, Noelia		Correo electrónico	noelia.sandres@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 producto, 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, valoraráse a materialidade de xestionar factores como a innovación, sustentabilidade, ética, e responsabilidade social no deseño de productos industriais como resposta as demandas crecentes no mercado actual dos grupos de interese.					

Plan de continxencia	1. Modificacións nos contidos Non se realizan modificacións. 2. Metodoloxías *Metodoloxías docentes que se manteñen - Traballos tutelados - Proba de resposta múltiple - Presentación oral - Sesión maxistral *Metodoloxías docentes que se modifican: No caso de docencia íntegramente non presencial, modifícanse as seguintes metodoloxías de cara a súa adaptación: - Traballos tutelados: preparación e celebración das tutorías a través de sesións síncronas en Teams, dacordo á planificación prevista e compartida cos estudantes en Moodle. Os grupos traballarán autónomamente pola vía virtual. - Proba de resposta múltiple: realización virtual da proba a través da plataforma Moodle. - Presentación oral: presentación virtual e grupal dos casos prácticos realizados a través de Teams, en sesión síncrona e grabada que se porá a disposición dos estudantes en Moodle vía Stream. - Sesión maxistral: impartiránse as sesións maxistrais a través de Teams, en síncrono, e dacordo ao calendario previsto. Estas sesións serán grabadas para poñerse a disposición dos estudantes en Moodle vía Stream. 3. Mecanismos de atención personalizada ao alumnado Moodle: -Correos informativos a través do foro de novas. -Posta a disposición do alumnado dos calendarios de presentacións de casos prácticos. -Posta a disposición do alumnado dos calendarios de tutorías de casos prácticos. -Posta a disposición do alumnado das sesións síncronas realizadas vía Teams e aloxadas en Stream (sesións maxistrais e de presentación dos casos prácticos). -Proba de resposta múltiple (examen) Teams: -Tutorías plenarias e grupais no marco dos traballos tutelados. -Impartición sesións maxistrais. -Presentación casos prácticos. -Impartición tutorías individuais e de grupo reducido. Correo electrónico: -Contacto cos estudantes. -Resolución de dúbidas. -Recomendación de recursos bibliográficos, webgráficos e documentais adicionais. 4. Modificacións na avaliación Manteñénse as metodoloxías e os correspondentes pesos na cualificación. *Observacións de avaliación: As mesmas que figuran na GADU. 5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía

Non se realizan modificacións.

Competencias do título	
Código	Competencias do 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 da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe	Competencias do título		
Comprender a relevancia da variable producto e o seu encaixe nun mercado volátil, con derivadas globais e locais e extremadamente competitivo. Aprender o concepto de producto, e os procesos de ciclo de vida de producto, xestión da carteira de productos e de desenvolvemento de novos productos con especial orientación á industria, así como a identificación das principais implicacións en materia de distribución e comunicación a ter en conta. Descubrir as ventaxas, riscos e potencialidades da creación e deseño de productos no contexto da Industria 4.0 Aprender a xestionar factores como a innovación, sustentabilidade, ética, e responsabilidade social no deseño de productos industriais como resposta ás demandas crecentes no mercado actual dos grupos de interese.	AP1 AP2 AP3 AP4 AP7 AP8 AP9 AP10 AP11 AP13 AP14 AP16 AP18 AP20 AP21 AP25 AP26	BP1 BP2 BP3 BP4 BP5 BP6 BP8 BP9 BP10	CP1 CP2 CP4 CP5 CP6 CP7 CP8
Comprender a relevancia da variable producto e o seu encaixe nun mercado volátil, con derivadas globais e locais e extremadamente competitivo. Aprender o concepto de producto, e os procesos de ciclo de vida de producto, xestión da carteira de productos e de desenvolvemento de novos productos con especial orientación á industria, así como a identificación das principais implicacións en materia de distribución e comunicación a ter en conta. Descubrir as ventaxas, riscos e potencialidades da creación e deseño de productos no contexto da Industria 4.0 Aprender a xestionar factores como a innovación, sustentabilidade, ética, e responsabilidade social no deseño de productos industriais como resposta as demandas crecentes no mercado actual dos grupos de interese.	AP1 AP2 AP3 AP4 AP7 AP8 AP9 AP10 AP11 AP13 AP14 AP16 AP18 AP20 AP21 AP25 AP26	BP1 BP2 BP3 BP4 BP5 BP6 BP8 BP9 BP10	CP1 CP2 CP4 CP5 CP6 CP7 CP8

Comprender a relevancia da variable producto e o seu encaixe nun mercado volátil, con derivadas globais e locais e extremadamente competitivo. Aprender o concepto de producto, e os procesos de ciclo de vida de producto, xestión da carteira de productos e de desenvolvemento de novos productos con especial orientación á industria, así como a identificación das principais implicacións en materia de distribución e comunicación a ter en conta. Descubrir as ventaxas, riscos e potencialidades da creación e deseño de productos no contexto da Industria 4.0 Aprender a xestionar factores como a innovación, sustentabilidade, ética, e responsabilidade social no deseño de productos industriais como resposta ás demandas crecentes no mercado actual dos grupos de interese.	AP1 AP2 AP3 AP4 AP7 AP8 AP9 AP10 AP11 AP13 AP14 AP16 AP18 AP20 AP21 AP25 AP26	BP1 BP2 BP3 BP4 BP5 BP6 BP8 BP9 BP10	CP1 CP2 CP4 CP5 CP6 CP7 CP8

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**	**Horas presenciais**	**Horas non presenciais / traballo autónomo**	**Horas totais**
Traballos tutelados	A26 A25 A21 A20 A18 A16 A14 A13 A11 A10 A9 A8 A7 A4 A3 A2 A1 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 B10 C1 C2 C4 C5 C6 C7 C8	20	78	98
Proba de resposta 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 maxistral	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
***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 requerirán 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. Esta proba realizaráse a través da plataforma Moodle.
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, puidendo ser complementada ou impartida a través de conferencias invitadas ou seminarios presenciais.

Atención personalizada	
Metodoloxías	**Descrición**
Traballos tutelados 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**	**Descrición**	**Cualificación**
Traballos tutelados	A26 A25 A21 A20 A18 A16 A14 A13 A11 A10 A9 A8 A7 A4 A3 A2 A1 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 B10 C1 C2 C4 C5 C6 C7 C8	Valoraráse 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.	50

Proba de resposta 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	Exame presencial no formato de test de resposta múltiple no que soamente unha resposta é a correcta. O exame realizarase a través da plataforma Moodle.	40
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, 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 requerirse 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. Aplicaránse os mesmos criterios de avaliación na primeira e segunda oportunidade.

Fontes de información	
Bibliografía básica	- Kotler, Philip. (2011). Marketing 3.0 . LID Editorial - 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 - Kotler, Philip. (2017). Fundamentos de marketing . México: Pearson Educación
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 cuadrimestre

(*)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