



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 do título	
Código	Competencias 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 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 ventaxas, 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	Horas presenciais	Horas non presenciais / traballo autónomo	Horas totais
Traballos 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
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 requirán 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
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	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	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 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.	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, 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.

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 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