



Teaching Guide				
Identifying Data				2020/21
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 Membiela Pollán, Matías Enrique	E-mail	domingo.calvo.dopico@udc.es matias.membiela@udc.es	
Web				
General description	O obxectivo principal desta materia é adquirir habilidades, habilidades e habilidades de marketing que permitan ao deseñador crear e desenvolver non só produtos adaptados ás necesidades dos consumidores ou usuarios (sexan consumidores ou empresas) senón a metodoloxía para identificar problemas visuais. , técnico, funcional ou estético nos produtos e poder resolvelos			
Contingency plan	1. Modifications to the contents 2. Methodologies *Teaching methodologies that are maintained *Teaching methodologies that are modified 3. Mechanisms for personalized attention to students 4. Modifications in the evaluation *Evaluation observations: 5. Modifications to the bibliography or webgraphy			

Study programme competences	
Code	Study programme competences
A1	Aplicar o coñecemento das diferentes áreas involucradas no Plano Formativo.
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 posibila 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.
A9	Capacidade para efectuar decisións técnicas tendo en conta as súas repercusións ou costes económicos, de contratación, de organización ou xestión de proxectos.
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	
Traballar de forma efectiva como individuo e como membro de equipos diversos e multidisciplinares.	Comprensión das responsabilidades éticas e sociais derivadas da súa actividade profesional.	A1	B1
		A4	B2
		A5	B4
		A7	B5
		A9	B6
Capacidade para deseño, redacción e dirección de proxectos, en todas as súas diversidades e fases.	Capacidade para efectuar decisións técnicas tendo en conta as súas repercusións ou costes económicos, de contratación, de organización ou xestión de proxectos	A10	B7
			B10
Capacidade de comunicación oral e escrita de maneira efectiva con ética e responsabilidade social como cidadán e como profesional.	Traballar de forma colaborativa. Coñecer as dinámicas de grupo e o traballo en equipo.	A6	B1
			B4
			B5
			B9
			B12
Resolver problemas de forma efectiva.	Comunicarse de maneira efectiva nun entorno de traballo.	A3	B11
Expresarse correctamente, tanto de forma oral coma escrita, nas linguas oficiais da comunidade autónoma.	C2 Dominar a expresión e a comprensión de forma oral e escrita dun idioma estranxeiro.	A3	B11
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.		A3	B11
			C1
			C3
			C6

Contents	
Topic	Sub-topic
PARTE I. INTRODUCCION AO MARKETING E A SUA APLICACIÓN AO DESEÑO	TEMA 1. MARKETING: INTRODUCCION



PARTE II. ANALISE DE OPORTUNIDADES	TEMA 2. ANALISIS DO ENTORNO E DA COMPETENCIA TEMA 3 EL COMPORTAMIENTO DO CONSUMIDOR TEMA 4. SEGMENTACION DE MERCADOS
PARTE III. INNOVACION E DESEÑO DE NOVOS PRODUCTOS ou SERVIZOS	TEMA 5. INNOVACION E DESENVOLVEMENTO DE NOVOS PRODUCTOS OU SERVIZOS
PARTE IV. ESTRATEXIAS E DECISIONS DE MARKETING	TEMA 6. ESTRATEXIAS DE MARKETING TEMA 7. POLITICA DE PRODUCTO E MARCAS TEMA 8. POLITICA DE DISTRIBUCION Y PRECIOS TEMA 9. POLITICA DE COMUNICACION

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student?s personal work hours	Total hours
Supervised projects	A1 A4 A5 A6 A7 A9 B2 B4 B7 B9 B10 B11 C3 C6	15	37.5	52.5
Multiple-choice questions	B5 B6 B11	1	11.5	12.5
Short answer questions	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	Os alumnos desenvolverán un traballo que será tutelado polo docente e por tanto terá apoio titorial. Formaranse grupos reducidos de alumnos/as, entre 4 e 7 alumnos/as. O traballo ten por obxectivo a aplicación dos conceptos e fundamentos que se explican en clase ao longo da materia. 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. A entrega e/ou presentación do traballo estaría planificada para as dúas últimas semanas do período lectivo aínda que se axustará á organización do grupo que desenvolverá o traballo. Se hai que cambiar ao formato híbrido ou non presencial, non hai que facer a presentación oral e no seu lugar se incrementará con preguntas adicionais a resolver por parte do grupo. As preguntas se faciarán o día anterior a la fecha que se proponga para a entrega do traballo. O formato que se mantén tanto para docencia presencial como non presencial é o do poster.
Multiple-choice questions	Test de resposta múltiple individual: 20 preguntas tipo test. Cada pregunta mal contestada penaliza un terzo do valor da pregunta



Short answer questions	Preguntas de resposta breve. Trátase de saber aplicar os fundamentos teóricos a casos reais do mercado. 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	The different members of the group can consult the part they have to develop in the case study or in the supervised work. 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. 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.

Assessment			
Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Short answer questions	B1 C1	Trátase 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 A4 A5 A6 A7 A9 B2 B4 B7 B9 B10 B11 C3 C6	Se evalúa a claridade, a síntese, a orde, 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. Requírese unha cualificación mínima de 4 puntos sobre 10 para que compute na calificación final. Se non se saca un 4 independentemente da calificación da parte práctica, entón non se pode superar a materia	40

Assessment comments
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, empregárase 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.

Sources of information	
Basic	- Santesmases, M. (2005). Marketing. Conceptos y Estrategias.. Pirámide, Madrid - Kotler, P.; Cámara, D.; Grande, I. Y Cruz (2007). Introducción al Marketing.. Prentice-Hall, Madrid Kotler, P.; Cámara, D.; Grande, I. Y Cruz (2007). Introducción al Marketing. Prentice-Hall, Madrid, Santesmases, M. (2005). Marketing. Conceptos y Estrategias. Pirámide, Madrid
Complementary	



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

(*)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.